

Рябчун Г. Ю.,
здобувачка третього (освітньо-
наукового) рівня вищої освіти,
Вінницький державний
педагогічний університет імені
Михайла Коцюбинського, м. Вінниця

УДК 316.77:659.3
DOI: <https://doi.org/10.64076/ihrc250715.03>



ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЗА КОРДОНОМ: ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ

Однією з її ключових особливостей освіти Німеччини є інституційно-орієнтована модель, за якої медіаграмотність активно просувається через державні програми, проекти та ініціативи. Розглянемо детальніше їх активну реалізацію на базі освітніх закладів та громад.

У багатьох німецьких землях проводяться дні або тижні дій для просування медіаграмотності. У ці дні громадяни можуть дізнатися більше про те, як поводитися з медіа та отримати корисну інформацію. У цьому контексті доречно згадати щорічний "Тиждень медіаграмотності" за ініціативи Міністерства освіти землі Рейнланд-Пфальц, Педагогічного земельного інституту та Медіаінституту Рейнланд-Пфальц, орієнтований на громадян різного віку, "День медіаграмотності" в Нижній Саксонії, який пропонує форум для безперервної освіти, отримання нових імпульсів та передачі власного досвіду, а також для налагодження зв'язків з експертами Німеччини, "Штутгартські дні медіаосвіти", мета яких продемонструвати освітній потенціал цифрових ігор на основі наукових досліджень і практичних проектів [2].

З 3 по 5 листопада 2021 року на базі Аспен Інституту Німеччини проводилась віртуальна конференція у співпраці з гімназією Дате в Берліні, гімназією Марії Кюрі в Дрездені та Німецької міжнародної школи Силіконової долини [10]. За підсумками зустрічі було підготовлено та видано посібник з медіаграмотності "Опановуємо медіаграмотність", а також записано подкаст, присвячений темам медіаграмотності, інформаційної грамотності та грамотного поводження з "фейковими новинами", дезінформацією, ідеологіями змови, мовою ворожнечі та дискримінації в Інтернеті та соціальних мережах [1].

Організація "Добровільне саморегулювання постачальників мультимедійних послуг" (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter) бере участь у численних заходах, експертних комітетах, круглих столах, панельних дискусіях, а також у програмах підвищення кваліфікації та підтримує батьків, вчителів та підлітків за допомогою різноманітних пропозицій з медіаосвіти, щоб вони могли безпечно

та впевнено користуватися цифровими медіа [7]. До цього варто додати ще державну програму в Берліні Jugendnetz Berlin [6] з просування медіаграмотності серед дітей, молоді, батьків та професіоналів та Медіаакадемію GLZ, яка висвітлює проблеми дезінформації та гендерно зумовленого насильства в Інтернеті [9].

Ілюстративним прикладом також є державна навчальна програма weltklick, яка пропонує онлайн-курси для самостійного навчання, велику колекцію матеріалів, відео та сервіси підтримки для медіапросвітницької роботи з батьками, а з 2025 року буде підтримувати вчителів у підвищенні обізнаності учнів щодо відповідального та усвідомленого використання штучного інтелекту [12].

Широко підтримується думка, що пандемічна ситуація продемонструвала важливість цифрових медіа для підтримання економічного та соціального життя і системи освіти [3, 5, 10], а відтак підсилила популяризацію медіаграмотності в суспільстві. Нашу увагу привернуло дослідження Фендта М., яке є першим кількісним аналізом медіаосвіти в стаціонарних закладах для дітей та молоді в Німеччині [4]. У результаті було отримано важливу інформацію про рамкові умови для медіаосвіти. Зокрема, було виявлено вікові ефекти, але не було виявлено гендерних ефектів у використанні стратегій медіаосвіти. Однак, науковець висловлює критичні спостереження про те, що ні структурні, ні індивідуальні вимоги до успішної медіаосвіти не впроваджуються в закладах освіти повсюдно, а також лише третина освітніх установ мають працівників з медіаосвіти або концепцію медіаосвіти [4, с. 75]. Подібної скептичної позиції дотримуються також інші науковці, вказуючи на дефіцит організації, персоналу, навчального матеріалу та технічного обладнання [8, с. 60], а більшість програм не мають емпіричної оцінки, що не дає чіткого уявлення про те, чи здатні вони сприяти досягненню рівня цифрової грамотності серед учасників освітнього процесу в короткостроковій чи довгостроковій перспективі [11, с. 3]. Отже, незважаючи на наявність значного потенціалу та вже здійснені зусилля в даному напрямі, залишаються певні проблеми та недоліки, які потребують подальшого аналізу та вдосконалення.

Список використаних джерел

1. Подкаст з медіаграмотності [від Аспен Інституту Німеччина], 2022. URL: <https://www.aspeninstitute.de/publications>.
2. Actions and offers around media literacy in Germany. Klicksafe, 2023. URL: <https://www.klicksafe.eu/en/news/aktionen-und-angebote-rund-um-medienkompetenz-in-deutschland>.
3. Bigl B, Schubert M. Medienkompetenz in Sachsen. Auf dem Weg zur digitalen Gesellschaft. *Sächsische Landeszentrale für politische Bildung*, 2021. 11 S.

4. Fendt M. Medienerziehung in der stationären Kinder- und Jugendhilfe. Eine quantitative Querschnitterhebung in Deutschland. *Fachzeitschrift für Soziale Arbeit, Medien und Digitalisierung*, 2025.S. 67-77.
5. Gerke A., Wegner C. Digitale Revolution im Unterricht?! Eine Studie zur Erhebung der Medienkompetenz angehender Lehrkräfte. *Merz Spektrum*. 2022. S. 61-68.
6. Jugendnetz Berlin. URL: <https://jugendnetz.berlin>.
7. Promoting media literacy with ideas and materials. Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Dienstanbieter. URL: <https://www.fsm.de/en/media-literacy>.
8. Sengl M., Heinke E. Teaching Journalism Literacy in Schools: The Role of Media Companies as Media Educators in Germany. *Media and Communication*, 2023. P. 53-63.
9. Student's Academy: Strengthening media literacy and social participation, 2024. URL: <https://www.giz.de/en/worldwide/128059.html>.
10. Transatlantic Media Literacy Project. German International School of Silicon Valley. URL: <https://www.gissv.org/gissv-home-english/about-gissv/news/post-detail/~board/school-news/post/high-schoolers-take-part-in-transatlantic-media-literacy-project?>
11. Wendt R., Naderer B., Bachl M., Rieger D. Social Media Literacy Among Adolescents and Young Adults: Results from a Cross-Country Validation Study. *Social Media + Society*, 2023. 11 P.
12. Weitklick. Das Netzwerk für digitale Medien- und Meinungsbildung. URL: <https://www.weitklick.de>.