



КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА



реєстраційний
номер:
0120U000064

Проміжний звіт про виконання дослідницького напрямку «НЕФОРМАЛЬНА МЕДІАОСВІТА В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС»

в межах наукової теми Інституту журналістики
«Медіазнавчі студії в науковому та освітньому
дискурсах»



Керівники наукової теми ІЖ:
Горбенко Г.В., канд. пед. наук, доц.
Іващенко В.Л., докт. філол. наук, ст. наук. сп.

**Керівник дослідницького
напрямку:**
Фруктова Я.С., канд. пед. наук, доц.



ВИКОНАВЦІ

ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКИЙ СКЛАД:



ГОРБЕНКО Г.В.

канд. пед. наук,
доцент, директор
Інституту журналістики



ІВАЩЕНКО В.Л.

д-р філ. наук, ст. науковий
співробітник, заступник з
наукової роботи директора
Інституту журналістики



ФРУКТОВА Я.С.

канд. пед. наук,
доцент, доцент
кафедри журналістики
та нових медіа



ЗРАЖЕВСЬКА Н.І.

д-р наук з соціальних
комунікацій, професор,
професор кафедри
журналістики та нових медіа



КУРБАН О.В.

к. н. із соціальних
комунікацій, доцент
кафедри реклами та
зв'язків з
громадськістю



ЛІСНЕВСЬКА А.Л.

канд. пед. наук, доцент,
доцент кафедри
журналістики та нових
медіа



НЕТРЕБА М.М.

к. н. із соціальних
комунікацій, доцент
кафедри реклами та
зв'язків з громадськістю



ГОНДЮЛ О.Д.

викладач кафедри
журналістики та нових
медіа



СТУДЕНТИ:

- Чепурнова Я.
- Сокол Л.
- Короткевич Д.
- Сіраш Д.
- Соболева А.
- Ходієва С.



АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ



ЛЮДИНА





АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ



ПРОБЛЕМНЕ ПОЛЕ:

Питання медіаосвіти громадян в Україні актуалізували результати моніторингу:

- **вперше** соціальні мережі стали основним джерелом новин;
- медіаконтент побудовано не за принципами журналістських стандартів;
- споживач повинен вміти свідомо обирати медіа, аналізувати контент, перевіряти факти;
- майже **60%** українців не схильні до критичного мислення – вони довіряють улюбленим/звичним ЗМІ або покладаються на інтуїцію

Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа у 2021 році <http://surl.li/atohe>

ОПИТУВАННЯ USAID-INTERNEWS

«Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.»



ЕТАП 1 ПОШУКОВИЙ 2019 – 2021

Актуальність дослідження зумовлена роллю медіа у формуванні сучасного громадянського суспільства та запитами цільових груп на неформальну медіаосвіту.

Мета – розробити концепцію та апробувати модель університетського медіацентру як осередку формування медіаінформаційної грамотності громадян у системі неформальної медіаосвіти в Україні.

Завдання

1

Проаналізувати нормативно-правові засади медіаосвіти громадян в Україні та країнах ЄС

2

Визначити сучасні підходи щодо змісту та структури медіаінформаційної грамотності громадян як результату медіаосвітньої діяльності

3

Окреслити сучасну систему медіаосвіти в Україні та країнах ЄС

4

Узагальнити досвід діяльності медіацентрів країн ЄС

5

Розробити та експериментально перевірити концепцію університетського медіацентру на базі Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка.





ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ

НАУКОВІ ПРИНЦИПИ

- **культурологічний** (сучасна медіакультура постмодерну)
- **феноменологічний** (медіаосвіта як феномен суспільства знань)
- **системний** (медіаосвіта як система)
- **розвитку** (усі медіаосвітні феномени розглядаються у динаміці з урахуванням різноманітності зв'язків та системності)
- **синергетичний** (синергія формальної, неформальної та інформальної медіаосвіти)
- **аксіологічний** (рівний доступ до інформації та свобода самовираження як цінності)
- **акмеологічний** (медіаосвіта як чинник формування особистості в різні вікові періоди)
- **компетентнісний** (формування компонентів МІК громадян)
- **герменевтичний** (розуміння суб'єктами медіаосвіти її мети та результатів, встановлення міжособистісних стосунків між викладачами й слухачами курсів на основі діалогу, рефлексії, толерантності, емпатії)
- **діяльнісний** (застосування знань із медіаосвіти в професійній та приватній діяльності)

НАУКОВІ ПІДХОДИ

- **функціональний** (задоволення медіаосвітніх потреб споживача послуг)
- **інтеграційний** (спрямовано на дослідження та посилення взаємозв'язків між компонентами медіаосвіти)
- **міждисциплінарний** (розгляд медіаосвітньої проблематики в аспекті актуальних проблем філософських, культурологічних, психологічних, педагогічних, соціологічних досліджень, досліджень із комунікативістики, соціальних комунікацій та медіабезпеки)
- **праксеологічний** (відбір змісту та форм неформальної медіаосвіти з огляду на сучасні вимоги до рівня МІК громадян)



АНАЛІЗ ПОЛОЖЕНЬ МІЖНАРОДНИХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ ДОКУМЕНТІВ

Паризька програма – рекомендації з медіаосвіти ЮНЕСКО від 22.06. 2007 р.

Резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації від 16.12. 2008 р.

Феська декларація ЮНЕСКО з медіа-інформаційної грамотності від 17.06. 2011 р.

Паризька декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху від 28 травня 2014 р.

Стратегія Ради Європи про права дитини (на 2016-2021 роки).

Система цифрових компетенцій для громадян із вісьмома рівнями кваліфікації та прикладами використання, ЄС (2017).

Рамкова програма оновлених ключових компетентностей для навчання впродовж життя (2018/С 189/01)

«Медіаграмотність для всіх» Рада Європи 2020 р.

Медіа та інформаційна грамотність: політика та стратегія ЮНЕСКО (2013, 2020)



▪ **Медіаосвіта** є правом кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і право на інформацію, є інструментом підтримування демократії.

▪ **Медіа** (як традиційні, так і нові) переважно є позитивним суспільним чинником, який вимагає від громадян володіння певними специфічними уміннями і навичками.

▪ **Медіаграмотність** має стати базовим елементом політики у сфері споживання інформації та охоплювати всі категорії людей протягом усього життя.

▪ **Медіаосвіта** має розглядатися як обов'язкова частина навчальної програми на кожному рівні шкільної освіти.

▪ Рекомендовано внести у навчальні плани професійної підготовки вчителів обов'язковий модуль з медіаосвіти.

▪ **Університети** як учасники медіаосвіти громадян





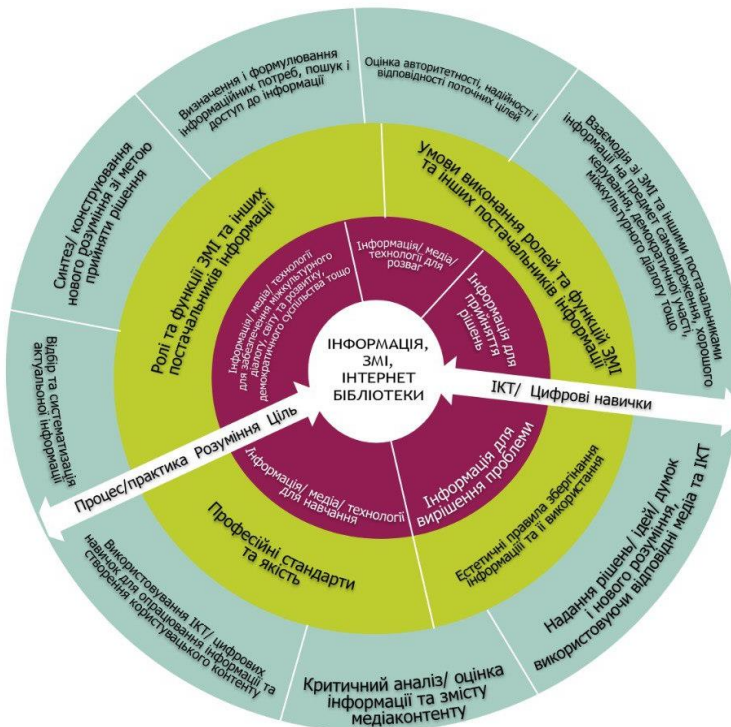
МЕДІА ТА ІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ (МІГ): ПОЛІТИКА ТА СТРАТЕГІЯ ЮНЕСКО (2013, 2020)

ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОВАЙДЕРИ: ЗМІ, бібліотеки, архіви, музеї та мережа інтернет

МЕТА: причини, з яких люди використовують інформацію та взаємодіють зі ЗМІ й іншими інформаційними провайдерами – розваги, асоціації, самоідентифікація, спостереження та освіта

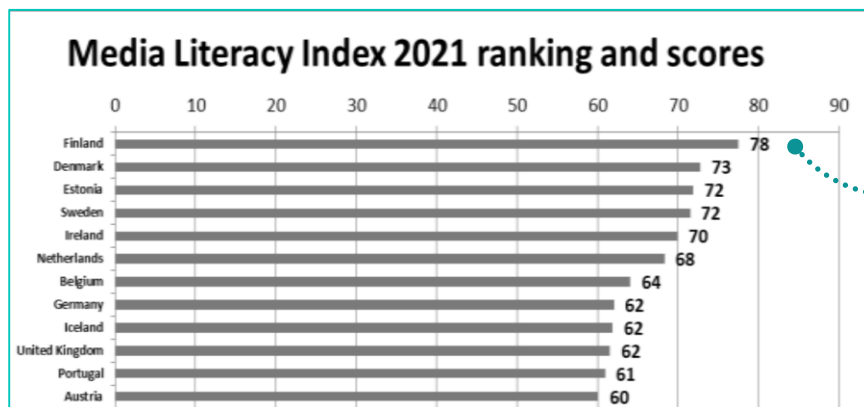
РОЗУМІННЯ стосується базових знань, які повинні мати всі громадяни про операції, функції, природу, встановлені професійні та етичні стандарти всіх форм ЗМІ та інших інформаційних провайдерів

ПРОЦЕС І ПРАКТИКА відображає вміння та навички, якими громадяни мають володіти, щоб ефективно створювати та використовувати інформацію й медійний контент із дотриманням етики та права в соціальному, економічному, політичному й особистому житті



Узагальнення: наявна теоретична й емпірична конвергенція, поєднання медіаграмотності, інформаційної, ІКТ та цифрової грамотності, що вимагає комбінованого набору компетенцій. Стандарти мають рекомендаційний характер для національних систем освіти

ІНДЕКС МЕДІАГРАМОТНОСТІ ГРОМАДЯН КРАЇН ЄС



78 Фінляндія

73 Данія

72 Естонія

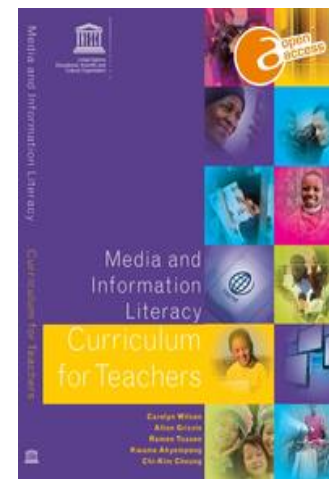
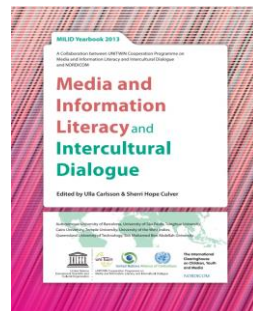
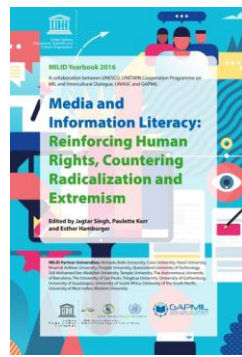
72 Швеція

70 Ірландія

- Значна кількість суб'єктів та проектів частково або повністю фінансуються міністерствами або іншими державними органами;
- Наявність урядового органу з медіаосвіти – національний аудіовізуальний інститут, якій підпорядковано міністерству освіти та культури;
- 18 ключових зацікавлених сторін, які мають встановлену законом відповідальність за формування медіаграмотності громадян (органи державної влади, органи регулювання, ЗМІ, громадські організації);
- Широкий спектр мереж медіаграмотності, які зазвичай мультидисциплінарні за своїм характером;
- Мережі та робочі групи здійснюють свою діяльність на різних рівнях: від місцевого та регіонального до європейського та міжнародного.



Глобальний альянс з питань партнерства з медіа та інформаційної грамотності (GAPMIL)



UNESCO

ENGLISH

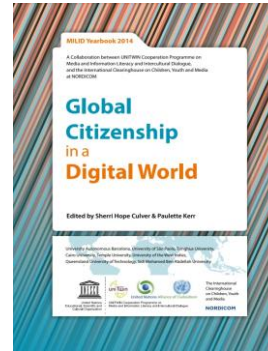
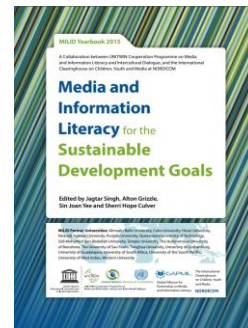
Global Media and Information Literacy Week 2021 was in many ways historic. The Week was commemorated from 24 to 31 October 2021 under the theme “Media and Information Literacy for the Public Good.”

Global MIL Week 2021 was co-organized by South Africa and UNESCO, with the support of the European Commission. Stakeholders around the world gathered virtually on this significant occasion and organized over 600 local events to celebrate the Week. It was the first time that Global Media and Information Literacy Week was hosted by an African country and celebrated at the United Nations level, after being proclaimed by the United Nations General Assembly on 25 March this year.

Over the course of the week, close to 150 speakers underlined the pivotal role of media and information literacy for the public good in 25 thematic sessions of the Feature Conference and Youth Agenda Forum. Their profiles ranged from policymakers, experts, practitioners, to representatives from international organizations, media, NGOs and the private sector. More than 600 online and offline local events and activities related to media and information literacy were organized around the globe to commemorate the Week.

“ In this deluge of information, we need more reference points and more rational thinking. That is why media and information literacy is a such a key skill for the education of the 21st century citizens. ”

— Audrey Azoulay, Director-General of UNESCO



Мережа MILID (спільнота університетів) як дослідницька структура GAPMI, мета діяльності якої - сприяння медіаграмотності для розширення можливостей активної громадянської позиції та досягнення нових освітніх завдань у формальній та неформальній освіті.



«КОНЦЕПЦІЯ МЕДІАОСВІТИ В УКРАЇНІ», СХВАЛЕНА ПРЕЗИДІЄЮ НАН УКРАЇНИ 21.04.2016

«МЕДІАІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНОСТЬ як комплекс умінь, знань, розуміння і відносин, які дають споживачам можливість: ефективно і безпечно користуватися медіа, усвідомлено обирати, розуміти характер контенту і послуг, приймати рішення та користуватися повним спектром можливостей, які пропонують нові комунікаційні технології та медіаінформаційні системи, а також можливість захистити себе і свою сім'ю від шкідливого або вразливого інформаційного матеріалу»

«МЕДІАКУЛЬТУРА – культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки»

«МЕДІАОСВІТА – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій».



АНАЛІЗ ПОЛОЖЕНЬ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ ДОКУМЕНТІВ З ПИТАНЬ МЕДІАОСВІТИ ГРОМАДЯН В УКРАЇНІ

- **Закон України «Про освіту».** Поточна редакція від 21.11.2021
- **«Концепція нової української школи»** Рішення колегії МОН 27.10.2016
- **Державний стандарт початкової освіти.** Постанова № 87 КМУ від 21.02. 2018
- **Державний стандарт базової середньої освіти**
Постанова Кабінету Міністрів України від 30.09.2020 № 898
- **Концепція розвитку цифрових прав дітей**
Міністерство цифрової трансформації України, від 03.03. 2021 № 167-р
- **Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі**
Національна академія педагогічних наук України, 2021
- **Опис рамки цифрової компетентності для громадян України**
Міністерство цифрової трансформації України, 2021

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ - ключова, необхідна кожній сучасній людині для успішної життєдіяльності. ІКК є наскрізною, представлена в усіх освітніх галузях. Єдині вимоги до ІКК на різних рівнях освіти, формування її протягом життя (формальна, неформальна, інформальна освіта).



ПРОФЕСІЙНИЙ СТАНДАРТ за професіями «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти», «Вчитель закладу загальної середньої освіти»

ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ



Основи та принципи медійної грамотності



Юридичні й етичні аспекти використання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій



Розвивати в учнів відповідальність і навички безпечного використання цифрових технологій і сервісів



➔ Передбачено засвоєння знань з медіаправа, цифрової культури, інформаційної безпеки та формування на їх основі практичних навичок. Відсутні компоненти медіакультури, основний акцент зроблено на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях. Основи та принципи медійної грамотності не визначені.



Систематизація медіаосвіти в Україні

МЕДІАОСВІТА

формальна

- Національна академія педагогічних наук України
- Міністерство освіти і науки України
- Інститут інноваційних технологій та змісту освіти
- Лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України
- ГО «Академія української преси»

неформальна

- Лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України
- ГО «Академія української преси»
- Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX)
- ГО «Центр Медіареформи»
- ГО Інститут масової інформації
- ГО «Український інститут медіа та комунікації»
- ГО «Громадське радіо»
- Інформаційно-творче агентство «Юн-прес»
- ГО «Lviv Media Forum»
- ГО «Український кризовий медіацентр»

інформальна

- Міністерство культури та інформаційної політики України
- Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки
- ГО «Академія української преси»
- Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX)
- ГО «Центр Медіареформи»
- ГО «Інститут масової інформації»
- ГО «Детектор Медіа»
- ГО «VoxCheck»
- ГО «Центр аналітики і розслідувань»



СИСТЕМАТИЗАЦІЯ МЕДІАОСВІТНІХ ПРОЄКТІВ УКРАЇНИ

формальна

«Концепція медіаосвіти в Україні», схвалена Президією НАН України 21.04.2016

III етап подальшого розвитку медіаосвіти та забезпечення її масового впровадження (2021–2025):
«Науково-методичне та організаційне забезпечення процесу масового впровадження медіаосвіти в дошкільних закладах, ЗНЗ, ПТНЗ і ВНЗ».

неформальна

Проекти

- «Медіаосвіта і медіаграмотність» [за підтримки USAID та Міжнародного фонду «Відродження»]
- «Медійна програма в Україні» [за підтримки USAID та Міжнародного фонду «Відродження»]
- «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» [за підтримки IREX]
- «Медіакультура в часи пандемії» (формату розвивальних заходів) [НАНУ]
- «Розвиток медіапсихології та медіаосвіти в Україні» (формату інтернет-конференції, семінарів, тренінгів, вебінарів) [НАНУ]
- «Центр Медіа Ініціатив» (МБФ Гарних справ спільно з Центром Соціальних Ініціатив)
- «Західноукраїнська медіамережа з протидії дезінформації» [LMF, Talks: Мережі медіа vs мережі дезінформаторів]
- «Медіашкола Грінченка»

інформальна

Проекти

- «Дія»
- «Фільтр» (національний)
- «МедіаДрайвер» (формату мультимедійного онлайн-посібника)
- «MediaSapiens» [ГО «Детектор Медіа»]
- «Stop Fake» VoxCheck; «Без Брехні»
- «Брехунець» та інші

Курси

- «Тулкіт Фейк ≠ факт»
- Курси з медіаграмотності для дітей від GOOGLE
- «Дезінформація: види, інструменти та способи захисту» (Prometheus)
- «Медіашкола “НВ”» (Prometheus)
- «Англійська для медіаграмотності»
- «Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні» (Prometheus) та інші

Підручники / посібники (30)

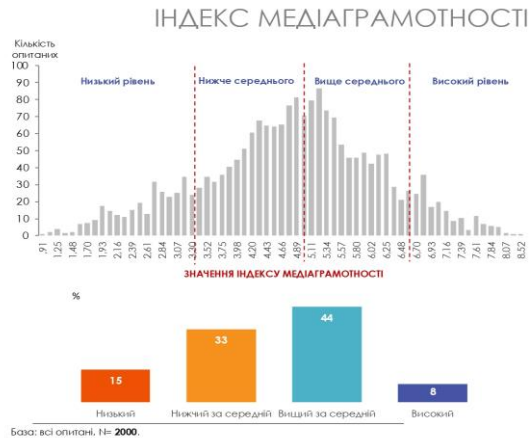
- «Порадник для юних журналістів»
- Посібник з інтеграції інфомедійної грамотності в освітній процес
- Посібник «Зарядка з медіаграмотності»



Висновок: різноманітність форм за засобів медіаосвіти різних цільових груп

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ МОНІТОРИНГІВ ДОСЛІДЖЕННЯ МІГ УКРАЇНЦІВ

Індекс медіаграмотності українських громадян 29.03.2021. ГО «Детектор медіа»



ДЕТЕКТОР МІГ

18.05.2021

«Медіаспоживання та дезінформація в українському інформаційному просторі».

Результати дослідження: порушення журналістських стандартів; фейків стає менше, натомість – більше маніпуляцій та викривлення реальності.

■ Стандартизований **Індекс медіаграмотності** має діапазон значень від 0 до 10 балів, де 0 – крайній низький рівень медіаграмотності, а 10 – максимально високий.

■ Для зручності інтерпретації Індекс Фуко перекладано в 4-бальну шкалу.

■ Згідно з отриманими результатами, медіаграмотність **15%** українців є низькою, у третини (**33%**) — нижча за середню, **44%** аудиторії характеризує вищий за середній рівень медіаграмотності і **8%** — високий.

15

отримані результати актуалізують проблему медіаосвіти різних цільових аудиторій та вивчення й імплементацію європейського досвіду в українській реалії





УЗАГАЛЬНЕННЯ СУЧАСНОГО ДОСВІДУ НЕФОРМАЛЬНОЇ МЕДІАОСВІТИ В КРАЇНАХ ЄС

ВИЗНАЧЕНО НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРІВ МЕДІАОСВІТИ У КРАЇНАХ ЄС ІЗ ВИСОКИМ ІНДЕКСОМ МІГ:



- ✓ **науковий** (дослідження медіаструктур, впливу медіа на особистість та суспільство, рівня медіакомпетентності певних груп тощо);
- ✓ **методичний** (розроблення змісту програм, тренінгів, засобів діагностики тощо);
- ✓ **навчальний** (проведення лекцій, семінарів, тренінгів);
- ✓ **організаційний** (організація та проведення наукових досліджень, конференцій, фестивалів тощо);
- ✓ **видавничий** (наукові, методичні та навчальні посібники тощо);



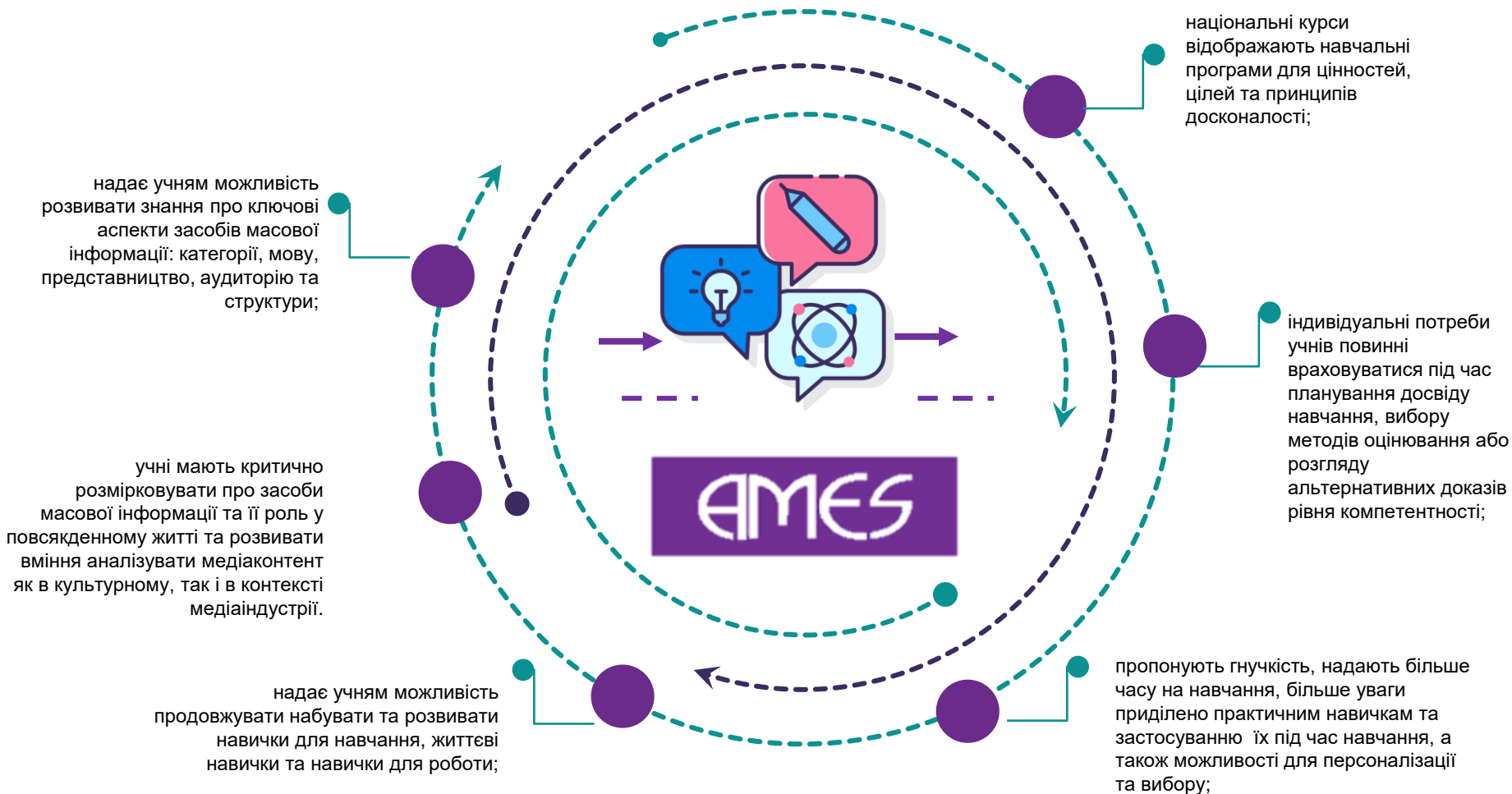
- **цільова аудиторія** різного вікового та професійного спектру (учні, педагоги, психологи, бібліотекарі, громадські активісти, фахівці медіасфери, безробітні);



- **диференційовані джерела фінансування** (держбюджет, гранти, бізнес-структури та інші) й інформаційна підтримка регіональних медіа.



Вивчення сучасного досвіду неформальної медіаосвіти у Великій Британії





Вивчення сучасного досвіду неформальної медіаосвіти у Франції



**Le centre pour l'éducation
aux médias et à l'information**



Державний національний медіаосвітній центр

Основні завдання центру:

- вивчення ключових понять «медіаагентства», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа» і «аудиторія медіа»;
- розвивати критичне мислення шляхом порівняння різних джерел інформації і формувати більш активних і відповідальних громадян;
- розвивати дух толерантності, здатність почути аргументи один одного, розуміння плюралізму ідей, їх відносності;
- презентувати медіа як засіб самовираження людини, як засіб її культурного розвитку;
- впровадити динамічні педагогічні інновації, що стосуються навчальних закладів усіх рівнів;
- покінчити з ізоляцією школи від медіа, тобто встановити тісні відносини з життєвими реаліями;
- використовувати переваги специфічних форм друкованої та аудіовізуальної культури у сучасному суспільстві.



Вивчення сучасного досвіду неформальної медіаосвіти у Німеччині

Державний медіацентр Баден-Вюртемберг



виконання завдань, що виникають у результаті використання аудіовізуальних та цифрових засобів масової інформації у виховній та навчальній роботі державних шкіл

постійне підвищення кваліфікації, а також консультування та навчання вчителів

Портал для шкільної та позашкільної освіти



захист неповнолітніх у засобах масової інформації, зокрема тренінг «3 медіаграмотністю проти кібержостокого поведження та насильства у школі»

програма медіанаставників (шкільних, сімейних, осіб третього віку)

Система міських муніципальних медіацентрів



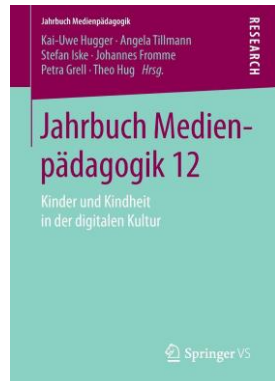
кіноосвіта як окремий блок навчальних програм та культурно-історична фотодокументація

забезпечення захисту особистих даних

ФАХОВІ ЖУРНАЛИ КРАЇН ЄС



Проблематика сучасних досліджень: маніпуляції суспільною думкою, дотримання професійних стандартів, фейки / діпфейки, штучний інтелект, медіаосвіта різних цільових груп (зміст, форми, методи, засоби).



concours
académiques
des médias
scolaires et lycéens



Médiatiks
CLEMI - ÉDITION 2018





АВТОРСЬКА
КОНЦЕПЦІЯ
ДІЯЛЬНОСТІ
УНІВЕРСИТЕТСЬКОГО
ЦЕНТРУ МЕДІАОСВІТИ

1 ТРЕНІНГОВІЙ ЦЕНТР
надання медіаосвітніх послуг різним цільовим групам

2 ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИЙ МАЙДАНЧИК
для виявлення та вимірювання у споживачив послуг медіаосвітніх потреб, рівня МІГ; обґрунтування їх індикаторів, формування бази діагностичних засобів; розробка та апробація змісту модулів медіаосвітніх курсів

3 ПЛАТФОРМА ДЛЯ КОМУНІКАЦІЇ
між науковцями, експертами, фахівцями медіасфери та споживачами медіаресурсів; проведення консультацій, круглих столів, воркшопів, вебінарів з актуальних аспектів свідомого медіаспоживання;

4 БАЗА ПРАКТИКИ
для студентів різних спеціальностей Університету Грінченка

5 ІВЕНТ-ПРОСТІР
конкурси, форуми, фестивалі, дні відкритих дверей



ІНТЕГРОВАНА
ІНСТИТУЦІЯ



РЕЗУЛЬТАТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЄКТУ ДЛЯ УНІВЕРСИТЕТУ



ПОЗИЦІОНУВАННЯ УНІВЕРСИТЕТУ

як сучасного, інноваційного закладу освіти; підкріплення позитивного зовнішнього іміджу серед абітурієнтів, педагогів, батьків, науковців, роботодавців, грантодавців



ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНЕ НАВЧАННЯ

студентів, проходження практики, виконання бакалаврських та магістерських проєктів, підготовка майбутніх фахівців до реагування на виклики сьогодення (інформаційні війни брендів, країн, маніпулятивні технології, кіберзагрози тощо)



ФОРМУВАННЯ ВІДКРИТОГО ПОЛІФУНКЦІОНАЛЬНОГО ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

неформальна та інформальна освіта киян



ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДНИЦЬКОГО ПРОСТОРУ

із сучасним обладнанням, розширення напрямів наукової діяльності, навчання, засноване на дослідженнях



ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ

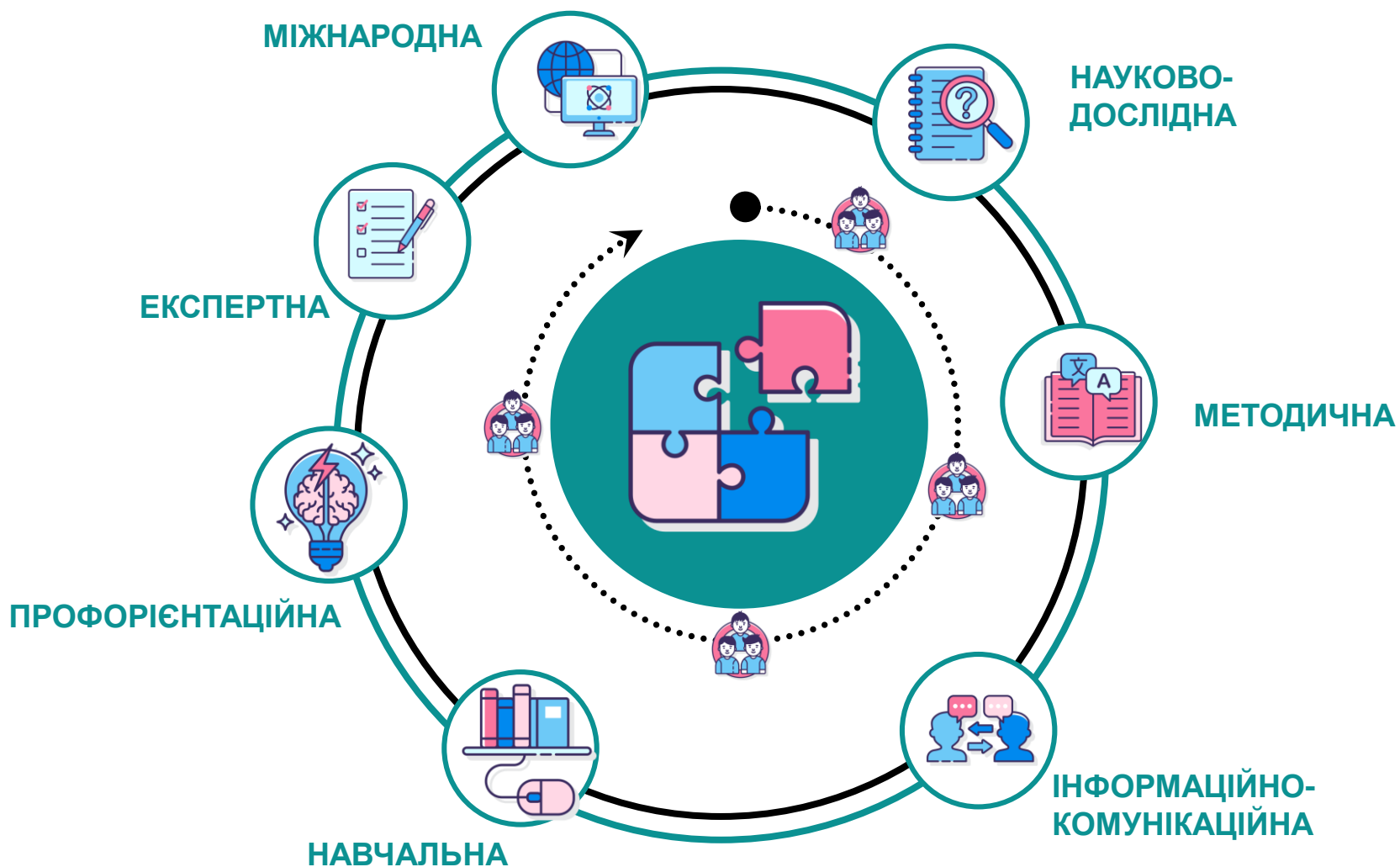
участь у грантових проєктах, публікація результатів дослідження у міжнародних виданнях, програма академічної мобільності, стажування викладачів



ВЗАЄМОДІЯ З МЕДІА-СТРУКТУРАМИ

експертизи, фокус-групи, розробка проєктів на замовлення, навчання, засноване на дослідженнях

МОДЕЛЬ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІАЦЕНТРУ



РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІАЦЕНТРУ





ІНТЕРАКТИВНИЙ СЛОВНИК МЕДІАЗНАВЦЯ

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ДЛЯ ВСІХ. ЧАС ДІЯТИ

*«Ніколи раніше ми не могли отримати доступ до такої кількості джерел інформації так швидко, не маючи впевненості, які з них є достовірними. І ніколи раніше ми не стикалися з ситуаціями, в яких **якість інформації може врятувати життя** під час глобальної пандемії, а дезінформація може призвести до серйозних небезпек»*



Генеральний секретар
Ради Європи
Марія Пейчинович Бурич



Дякуємо за увагу!

