

*Надольська Ю. А.,**кандидат педагогічних наук,**старший викладач кафедри німецької філології**Мелітопольського державного педагогічного університету**імені Богдана Хмельницького**Вишнева-Ільїна К. С.,**студентка IV курсу філологічного факультету**Мелітопольського державного педагогічного університету**імені Богдана Хмельницького*

## ІНФО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

**Анотація.** В епоху інформатизації та ризиків, які містить у собі інформаційний простір, надважливого значення набуває розвиток критичного мислення та формування навичок інформаційної та медійної грамотності. Стаття присвячена проблемі інтеграції медіа-освіти у шкільну освіту. Мета статті полягає у дослідженні шляхів формування в учнів медіа-компетентності, власної медіа-свідомості та здобуття навичок критичного аналізу під час навчання іноземної мови.

У дослідженні було охарактеризовано поняття «медійної» та «інформаційної» грамотності та окреслено їх особливості. Особлива увага приділяється завданням медіа-освіти в Україні. Досліджено, що практичне значення навчання інфо-медійної грамотності та впровадження медіа-освіти в сучасну шкільну освіту зумовлено потребою розвитку в учнів умінь і навичок орієнтуватися в інформаційних потоках, розвитку критичного мислення, формування медіа-імунітету особистості.

Спираючись на різні моделі медійної та цифрової компетентностей, було запропоновано систему вправ, які репрезентують шляхи і форми навчання інфо-медійної грамотності під час вивчення іноземної мови, зокрема німецької. Вправи насичені завданнями щодо знань про систему засобів масової інформації, умінням організувати та зберігати інформацію, розвитку медіаторчості, рефлексії щодо споживання медіа-продуктів, розуміння власних медіа-потреб, умінь аналізувати, порівнювати та критично оцінювати рекламний контент, участі у формуванні засобів масової інформації, розвитку творчих здібностей шляхом створення власного медіапродукту, актуалізації навичок роботи з цифровими технологіями для обробки інформації, виховання патріотизму, любові до рідного краю.

Проведене дослідження дало змогу розширити уявлення про форми здобуття медійної компетенції на уроці іноземної мови. Перспективною подальших досліджень вважаємо систематизацію медіа-освітніх вправ у контексті навчання іноземної мови відповідно до мовного рівня та вікових особливостей учнів молодшої, середньої та старшої ланки.

**Ключові слова:** інформація, медійна грамотність, медіа-освіта, засоби масової інформації, критичне мислення.

XXI століття можна охарактеризувати як добу інформації. Сучасна людина щодня змушена витримувати величезний

інформаційний тиск із боку різних каналів медіа та комунікації. Наразі за допомогою сучасних технологій майже кожен володіє перевагою миттєвого доступу до певної інформації, але складність насамперед полягає у визначенні, яка саме інформація потрібна, якісна та правдива. Серед ризиків, які містить у собі інформаційний простір, виділяють дезінформацію, маніпулятивний контент та пропаганду. Особливого значення набуває інформація щодо дітей та підлітків, які, з огляду на їх вікові особливості та брак життєвого досвіду, більш здатні піддаватися негативному впливу медіа.

**Постановка проблеми.** В епоху інформаційного суспільства сучасні ЗМІ мають значний вплив на громадську думку, формують суспільну та індивідуальну свідомість, здатні змінювати світогляд. Виникає потреба у розвитку умінь і навичок орієнтуватися в інформаційних потоках, відбирати та оцінювати все, що надходить ззовні, розвитку критичного мислення. Необхідність впровадження елементів медіа-освіти у навчально-виховний процес стала очевидною. В умовах стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій суспільство потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вміння і безпечного користування ними, саме медіа-освіта зокрема завдяки її інтеграції з традиційними дисциплінами і забезпечує оволодіння інформаційно-освітніми інструментами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема впровадження медіа-освіти та викладання медіа-грамотності як окремого предмета займалися О. Волошенко, В. Іванов, М. Маклюен, О. Мокрогуз, Н. Найдьонова, Г. Онкович, О. Федоров. Натомість, аналіз наукових джерел засвідчив, що недостатньо уваги надається комплексному впровадженню елементів медіа-освіти у процес навчання іноземних мов, чим і зумовлена **актуальність** нашої наукової розвідки.

**Мета** нашої наукової розвідки полягає в дослідженні шляхів формування в учнів медіа-компетентності, власної медіа-свідомості та здобуття навичок критичного аналізу під час навчання іноземної мови.

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання**:

- 1) розкрити поняття «медійної грамотності» та «інформаційної грамотності» та окреслити їх особливості;
- 2) визначити завдання медіа-освіти у контексті шкільної освіти;

3) дослідити практичне значення впровадження медіа-освіти у навчальний процес;

4) розглянути різні форми інтеграції навчання інфо-медійної грамотності під час вивчення іноземної мови;

**Виклад основного матеріалу.** В умовах багатогранності різноманітної інформації учні потребують певного орієнтиру у власному поведженні з медіа. Слід зауважити, що через пандемію, коли діти вимушені навчатися та спілкуватися дистанційно, вони все більше занурюються в інформаційне середовище інтернету, телебачення, комп'ютерних ігор тощо. Учні повинні навчитися грамотно сприймати, аналізувати та розуміти інформацію, мати уявлення про механізми та наслідки впливу її на слухачів, читачів та глядачів. Викривлена інформація, що транслюється з метою пропагандистського навіювання, володіє великою силою впливу, особливо на молодь, і безумовно потребує критичного осмислення. Саме тому вважається необхідним, щоб учні розвивали навички та вміння визначати різницю між загальновідомими фактами та судженнями, які вимагають перевірки, надійність джерела інформації, відмінність між головною та другорядною інформацією, усвідомлювали поняття упередженості судження, розрізняли двозначні аргументи. На думку О.В. Федорова, «незалежно від політичного ладу даної держави, людина, не підготовлена до сприйняття інформації в різних її виявах, не може повноцінно зрозуміти та аналізувати, не має сили протистояти маніпулятивним впливам медіа (якщо така маніпуляція відбувається), не здатна до самостійного вираження своїх думок і почуттів» [4, с. 14]. Поділяємо думку Лінди Еллербі, що «медійна грамотність не просто важлива, вона абсолютно критична. Вона відіграватиме важливу роль у тому, чи стануть діти інструментом засобів масової інформації, чи засоби масової інформації слугуватимуть інструментом, яким користуються діти» [7, с. 1].

Із 1970-х років і з появою практикоорієнтованої освіти в галузі засобів інформації термін «медійна грамотність» як одна із центральних цілей освіти в області засобів інформації став незамінним. Термін «media literacy» з англо-американського мовного простору також набуває все більшої популярності. Визначення, найбільш часто цитоване у США, – це коротке речення, висунуте учасниками Інституту лідерства в області медіаграмотності в Аспені в 1992 році: «Здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати і створювати засоби масової інформації в різних формах» [9].

Учені по-різному визначають термін «медійна грамотність». З'явилися різні моделі медіаграмотності, які намагаються більш точно визначити медіаграмотність і водночас подають систему навичок і компетенцій, яким необхідно оволодіти.

Найвідоміше визначення у німецькомовному просторі належить Дітером Баакке. Він називає навчання медійної компетентності «найважливішим завданням в рамках медійної освіти» і бачить в цьому завдання навчання всіх людей. «Бути медіаграмотним означає вміти активно використовувати засоби масової інформації і повідомляти свої власні погляди і думки і, таким чином, брати участь в соціальному дискурсі. Це виходить далеко за рамки простого функціонування засобів масової інформації. Супутні навички повинні засвоюватися так само як, наприклад, класичні культурні прийоми» [6].

Д. Баакке розділяє медійну компетентність на чотири аспекти:

1. Критика ЗМІ. Бути компетентним в галузі засобів масової інформації означає вміти критично ставитися до їх змісту.

Це повинно відбуватися аналітично (адекватне розуміння соціальних процесів), рефлексивно (співвіднесення аналізованого з власне собою і своїми діями) і етично (уточнення аналізу і рефлексія на соціальну відповідальність).

2. Медіа-навчання. Крім критичного аналізу контенту, важливо також бути проінформованим про засоби масової інформації та медіасистему. Баакке розрізняє інформаційне (знання про процеси і структури, наприклад, як працюють журналісти) та інструментально-кваліфікаційне (знання про роботу або технічну обробку) навчання медіасистеми.

3. Використання ЗМІ. Для того, щоб мати можливість використовувати засоби масової інформації, їх діяльність необхідно вивчати двома способами: рецептивне застосування (використання компетенції), але також і в інтерактивному режимі.

4. Розробка медіапродукту. Крім того, важливим моментом є власне активна участь у формуванні засобів масової інформації. Це також повинно відбуватися двома шляхами: інноваційно, в сенсі зміни і розвитку системи засобів масової інформації, але також творчо, виходячи за межі рутини спілкування.

Перші два аспекти стосуються галузі знань, останні два аспекти зосереджені на активному використанні.

Отже, фактично всі науковці поділяють думку, що медіаграмотність – це набуті під час навчання навички аналізувати та оцінювати медіа. За О.В. Федоровим, медіаграмотний учень чи студент має бути здатний критично й усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію щодо популярної культури та чинити спротив маніпуляціям [5, с. 336].

Натомість дуже важливо розрізнити поняття «медійна грамотність» та «інформаційна грамотність». Х. Лау у своїй роботі «Керівництво з інформаційної грамотності для освіти протягом всього життя» підсумовує, що інформаційну грамотність прийнято визначати як «наявність знань і умінь, необхідних для правильної ідентифікації інформації, необхідної для виконання певного завдання або розв'язання проблеми; ефективного пошуку інформації; її організації та реорганізації; інтерпретації та аналізу знайденої і витягнутої інформації (наприклад, після завантаження з Інтернету); оцінки точності й надійності інформації, включаючи дотримання етичних норм і правил користування отриманою інформацією; при необхідності передачі та представлення результатів аналізу та інтерпретації іншим особам; подальшого застосування інформації для здійснення певних дій і досягнення певних результатів» [8, с. 28].

Розроблена фахівцями ЮНЕСКО стратегія «Медіаінформаційна грамотність» – МІГ (mediaandinformationalliteracy – MIL) – полягає в поєднанні традиційних концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності» в спільний концепт МІГ, що позначає комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних на сьогодні для життя і роботи. Окреслимо цілі та завдання МІГ:

– медійна грамотність зосереджена на розумінні ролі та функції медіа в демократичному суспільстві; умов, за яких медіа зможуть виконувати свої функції; взаємодії з медіа для самовираження та участі в демократичних процесах; критичному оцінюванню контенту медіа у світлі притаманних їм функцій; актуалізації навичок, в т. ч. роботи з ІКТ, необхідні для створення контенту користувача;

– інформаційна грамотність полягає у здатності знайти та отримати доступ до інформації; визначити і сформулювати інформаційні потреби; оцінити та систематизувати інформа-

цію; застосувати навички роботи з ІКТ для обробки інформації; використати та передати інформацію із дотриманням етичних норм.

Як бачимо, «МІГ спрямована на розширення прав і свободи самовираження людей, забезпечення рівноправного доступу до інформації та знань і сприяння формуванню вільної, незалежної і плюралістичної медіа- та інформаційної системи» [6, с. 3].

Концепт МІГ уведено до переліку основних термінів у новій редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (від 21 квітня 2016 р) та враховано у завданнях української медіаосвіти:

- формування МІГ як система знань, умінь і навичок, що дозволяють споживачам ефективно і безпечно користуватися ЗМІ, робити усвідомлений вибір, розуміти природу контенту і послуг, приймати рішення і використовувати весь спектр можливостей, що надаються новими комунікаційними технологіями та інформаційними системами, а також здатність захистити себе і свою сім'ю від шкідливих або небезпечних інформаційних матеріалів;

- формування медіаімунітету особистості, що робить її здатною протистояти агресивному медійному середовищу і деструктивним інформаційним впливам, забезпечує психологічне благополуччя споживаючи медійну продукцію, що передбачає медіасвідомість, здатність вибирати потрібну інформацію, уникати інформаційного «сміття», захищати себе від потенційно шкідливої інформації;

- сприяння рефлексії і розвитку критичного мислення як психологічних механізмів, які обумовлюють свідоме споживання медіа-продуктів і саморегуляцію взаємодії з засобами масової інформації на основі ефективної орієнтації в медіапросторі та розуміння власних медіапотреб, адекватної та різнобічної оцінки змісту, джерела, форми і якості надання інформації, її повної і критичної інтерпретації з урахуванням особливостей сприйняття мови різних медіа, розвитку здатності протистояти зовнішній інформаційній агресії і пропаганді;

- здатність до медіаторчості для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих цілей, розвитку патріотизму, української ідентичності, згуртованості, солідарності, особливо для подолання соціальних наслідків війни на Донбасі та окупації Криму, підвищення якості міжособистісного спілкування і дружності соціального середовища, доброзичливості в мережі стосунків, а також якості життя в значущих для особистості спільнотах;

- формування спеціалізованих аспектів медіакультури: візуальної медіакультури (сприйняття кіно, телебачення), аудіальної і музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, сучасних тенденцій в медіа-мистецтві тощо [2, с. 4-5].

Слід зауважити, що медіаосвіта в Україні повинна спиратися на загальноєвропейські стандарти. Так, у межах проекту dComFra була розроблена Рамка цифрових компетентностей для громадян України або DigComp UA for Citizens, адаптована до українських реалій. Вона базується на європейській моделі цифрових компетентностей для громадян ЄС DigComp2.1 та інших європейських документах у сфері цифрових компетентностей. Адаптована рамка DigComp UA for Citizens включає 4 виміри, 24 компетентності та 6 рівнів оволодіння кожною компетентністю. У нашій науковій розвідці ми більш детально зосередимося на сфері інформаційної та медіаграмотності:



**1. Перегляд, пошук і фільтрація даних, інформації та цифрового контенту.** Формулювати інформаційні потреби, шукати дані, інформацію та контент у цифрових середовищах, здійснювати доступ до даних, інформації та контенту і переміщуватися між ними. Створювати і оновлювати особисті стратегії пошуку.

**2. Оцінка та інтерпретація даних, інформації та цифрового контенту.** Аналізувати, порівнювати та критично оцінювати достовірність і надійність джерел даних, інформації та цифрового контенту. Аналізувати, тлумачити, перевіряти достовірність та критично оцінювати дані, інформацію та цифровий контент.

**3. Управління даними, інформацією та цифровим контентом.** Організувати, зберігати та вибирати дані, інформацію та контент у цифрових середовищах. Організувати та обробляти їх у структурованому середовищі.

**4. Задоволення власних потреб за допомогою цифрових технологій.** Використовувати цифрові засоби та технології для споживання товарів та послуг, організації відпочинку, здорового способу життя тощо [3].

Спираючись на наведені вище цільові компетенції, можна говорити про якісне впровадження медіаосвіти у педагогічний процес та інтеграцію її компонентів з іншими дисциплінами під час розробки комплексу медіаосвітніх вправ. Вважаємо, що сьогодні найбільш ефективною і перспективною є інтеграція медіаосвіти з курсом іноземної мови, оскільки в основі цих явищ лежить процес обміну інформацією. На думку Л. Іванової, «оскільки іноземна мова вивчається як засіб спілкування, а тематика і ситуації для мовлення привносяться ззовні, вона, як ніяка інша навчальна дисципліна, відкрита для використання змісту різних галузей знань, зокрема медіаосвіти» [1, с. 90].

Наведемо різні форми інтеграції медіаосвіти у навчання іноземної мови на прикладі медіаосвітніх вправ на уроці німецької мови.

**Вправа „Wortwolke: Medien“.** Цільова компетенція: знання про систему засобів масової інформації, уміння організувати та зберігати інформацію, розвиток медіаторчості. Режим виконання – індивідуально.

Учні створюють хмарку тегів за темою «Медіа», занотуючи окремі асоціації. Готові хмарки роздруковуються або зберігаються у цифровому форматі. Готовий продукт коментується класом та оцінюється «сердечками». Це дає можливість звернутися до теми рейтингу, «лайків» та алгоритмів у соціальних мережах. Створення хмарки слів може бути реалізовано учнями за допомогою інструменту: [https://www.abcya.com/games/word\\_clouds](https://www.abcya.com/games/word_clouds)

Скрізь, де потрібно візуалізувати асоціації, ідеї, семантичні поля, хмарка тегів стане у нагоді та слугуватиме альтернативою класичній MindMap.

**Вправа “Partnerinterview: Medienkonsum”.** Цільова компетенція: рефлексія щодо споживання медіа-продуктів, розуміння власних медіа-потреб. Режим виконання – у парі.

Учні беруть інтерв'ю у своїх партнерів, та нотують відповіді. Після цього презентують відповіді партнерів у класі.

1. Welche Medien nutzt du am häufigsten?

2. Wie lange nutzt du pro Tag durchschnittlich folgende Medien?

	Mehr als 2 Stunden	2 Stunden	1 Stunde	30 Minuten	10 Minuten	nie
Fernsehen	o	o	o	o	o	o
Radio	o	o	o	o	o	o
Internet	o	o	o	o	o	o
Zeitung	o	o	o	o	o	o
Zeitschrift	o	o	o	o	o	o

3. Was siehst du dir am liebsten im Fernsehen an?

4. Wofür nutzt du das Internet am häufigsten? Z.B. Email, Nachrichten, Facebook.

5. Welche Internetseiten besuchst du am häufigsten?

6. Hast du Internet auf deinem Handy

*o ja o nein*

7. Wenn ja, wofür nutzt du das Internet auf deinem Handy am häufigsten?

8. Was ist deine Lieblingszeitschrift?

9. Liest du andere Zeitschriften?

*o ja o nein*

10. Wenn ja, welche?

11. Kennst du eine ukrainische Tageszeitung?

*o ja o nein*

12. Wenn ja, welche?

**Вправа “Werbung”.** Цільова компетенція: уміння аналізувати, порівнювати та критично оцінювати рекламний контент. Режим виконання – індивідуально.

Учні аналізують один із запропонованих рекламних постерів у формі есе (100-150 сл.), альтернативно вони можуть обрати для аналізу інший рекламний контент.



Für welches Produkt wirbt die Anzeige?

Was sieht man in der Anzeige?

Das Produkt sieht attraktiv/ modern/ gesund/ langweilig aus.

Warum?

Die Werbung enthält viele/ wenig Worte. Warum?

Für wen ist die Werbung? Kinder/Jugendliche/Erwachsene

Wie findest du die Werbung? witzig/originell/manipulierend/unverständlich

Für welches Produkt würdest du gern eine Werbung machen?

Findest du Werbung im Fernsehen gut oder stört sie dich?

**Вправа „Filmprojekt”.** Цільова компетенція: участь у формуванні засобів масової інформації, розвиток творчих здібностей шляхом створення власного медіапродукту, актуалізація навичок роботи з цифровими технологіями для обробки інформації, виховання патріотизму, любові до рідного краю. Режим виконання – у групі.

Учні створюють рекламний туристичний відеоролик про їхню місцевість, область, місто за допомогою встановленої камери мобільного пристрою, обробляють та монтують медіа-продукт за допомогою додатків Movavi Video Suite, iMovie, Windows Movie Maker.

Для того, щоб ознайомити учнів зі структурою та ідеєю рекламного ролику та підготувати їх до практичної творчої діяльності пропонується перегляд рекламних або туристичних роликів про цікаві місця країни, мова якої вивчається, на відео-порталі YouTube, наприклад:

<https://www.youtube.com/watch?v=ypJNiFu5AQ4>

<https://www.youtube.com/watch?v=eaZX-hkSlzo>

Разом з учителем можна знайти особливості такого медіа-продукту та критерії вдалого рекламного ролику. Якщо бракує певної інформації, учні можуть звернутися до пошукових систем Інтернету, водночас аналізуючи роботу алгоритмів таких систем, підбираючи вдалі ключові слова. Зрештою, учні формують текст іноземною мовою, за потреби звертаються до словника, а ведучий практикує вимову. Під час такої проєктної роботи учні дізнаються про вплив реклами та розвивають критичне мислення. Після цього вони зможуть активно використовувати свої знання, уяву та креативність під час створення власного рекламного ролику.

#### **Schritt 1. Ideen sammeln.**

Sammeln Sie zunächst Ideen und erstellen Sie eine Mindmap der Sehenswürdigkeiten, die Sie filmen können.

Sprechen Sie über die Ideen. Wählen Sie eine Sehenswürdigkeit aus. Sie können eine alte oder eine neue Sehenswürdigkeit oder ein Gebäude wählen.

#### **Schritt 2. Die Aufgabenverteilung.**

Wer kann 2-3 Sätze über die Sehenswürdigkeit schreiben / die Sehenswürdigkeiten präsentieren (Moderator) / den Moderator und die Sehenswürdigkeit filmen / der Regisseur sein?

Geben Sie jeder Person die Möglichkeit zu sagen, welchen Job sie machen möchte oder nicht. Versuchen Sie, sich in Ihrer Gruppe auf die Ideen zu einigen.

#### **Schritt 3. Vorbereitung.**

Recherchieren Sie die Informationen zu Ihrem Gebiet. Fehlenden Wortschatz können Sie im (Online-) Wörterbuch nachschlagen.

Schreiben Sie das Skript und machen Sie sich bereit.

a) Schreiben Sie zwei oder drei Sätze über Ihre Sicht.

b) Überprüfen Sie die Sätze und korrigieren Sie sie, wenn Sie müssen.

c) Der Vortragende muss die Sätze mit klarer Stimme vorlesen.

#### **Schritt 4. Filmaufnahme.**

Verwenden Sie ein Telefon oder eine Kamera. Gehen Sie zu der Sehenswürdigkeit und filmen Sie den Moderator dort. Machen Sie zwei oder drei Versionen des Films.

#### **Schritt 5. Präsentation.**

Präsentieren Sie Ihren Film. Schauen Sie alle Filme gemeinsam an. Bilden Sie dann neue Gruppen. Die neue Gruppe hat einen Teilnehmer aus jeder Filmgruppe.

Bitten Sie um Feedback. Was würden Sie bei Ihrem nächsten Film anders machen?

**Висновки.** Підсумовуючи, зазначимо, що діти та молодь зростають сьогодні у цифровому суспільстві, яке ще 10-20 років тому було незбагненим. Вони сприймають нові медіа як звичайну річ, що стала частиною їх повсякдення

та дозволяла. Натомість це не означає, що вони автоматично стають компетентними у галузі цифрових технологій, можуть свідомо так критично ставитися до інформації. Важливість медіаосвіти в сучасному світі обумовлена тим, що мас-медіа в умовах глобалізації та інформаційного суспільства часто вирішально впливають на те, яким ми сприймаємо навколишній світ. Але часто медіа безвідповідально ставляться до своєї функції чесно та правдиво інформувати про події та факти дійсності, тому медіаосвіта дає людині можливість самозахисту, вчить критично сприймати медійні повідомлення. У своїй подальшій роботі ми продовжимо наше дослідження і звернемо увагу на шляхи формування знань, умінь і навичок інфо-медійної грамотності на різних етапах вивчення іноземної мови, враховуючи вікові особливості та мовний рівень учнів різних класів.

#### Література:

1. Иванова Л.А. Обучение иностранному языку и медиаобразование как единый процесс. *Непрерывное образование в Западной Сибири: современное состояние и перспективы: материалы IV региональной научно-практической конференции*. Горно-Алтайск : РИО ГАГУ, 2010. С. 90–92.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). НАПН України. URL : <http://naps.gov.ua/ua/activities/nsko/>.
3. Рамка цифрових компетентностей для громадян України (DigComp UA for Citizens). URL : <http://fit.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2020/07/DigComp-Framework-UA-for-Citizens.pdf>.
4. Федоров А.В. Медиаобразование: История, теория и методика. Ростов-на-Дону : Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.
5. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. Москва : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
6. Waacke, Dieter: Medienpädagogik (Nachdr.). Max Niemeyer Verlag, 2007. S. 97–98.
7. Konovalenko T. Nadolska Y. Development of future foreign language teachers' information and media skills. *VI International spring symposium proceedings Media and digital literacy in language education*, September 18th-19th, 2020. P. 97–102.
8. Lau J. Guidelines on Information Literacy for Lifelong Learning. URL : <https://www.ifla.org/publications/guidelines-on-information-literacy-for-lifelong-learning>.
9. Literacy in a Media Age: An Overview and Orientation Guide to Media Literacy Education. URL : <https://www.medialit.org>.

#### Nadolska Yu., Vyshneva-Ilyina K. Info-media literacy in context of school education

**Summary.** In the age of informatization and risks that the information space contains, the development of critical thinking and the formation of information and media literacy skills is of paramount importance. The article is devoted to the problem of integration of media education into school education. The purpose of the article is to study the ways of forming students' media competence, their own media consciousness and acquiring skills of critical analysis while learning a foreign language.

The study characterized the concepts of *media and information* literacy and outlined their features. Particular attention is paid to the tasks of media education in Ukraine. It is investigated that the practical significance of teaching info-media literacy and introduction of media education in modern school education is due to the need to develop students' skills in information flows, development of critical thinking, formation of media immunity.

Based on different models of media and digital competencies, a system of exercises was proposed that present ways and forms of teaching info-media literacy while learning a foreign language, in particular German. Exercises are devoted to knowledge of the media system, the ability to organize and store information, the development of media creativity, reflection on the consumption of media products, understanding of their own media needs, the ability to analyze, compare and critically evaluate advertising content, participation in media formation, creative development abilities by creating your own media product, updating skills of working with digital technologies for information processing, education of patriotism, love for the native land.

The study expanded the understanding of the forms of acquiring media competence in a foreign language lesson. We consider the systematization of media educational exercises in the context of foreign language teaching in accordance with the language level and age characteristics of junior, middle and senior students to be a prospect for further research.

**Key words:** information, media literacy, media education, mass media, critical thinking.