

*Поштарук Вікторія,
студентка 3 курсу
відділення дошкільної і початкової освіти
Науковий керівник: Крамська З. М.,
викладач української мови і літератури,
методик дошкільної і початкової освіти,
завідувач відділення дошкільної і початкової освіти
Комунальний вищий навчальний заклад
«Уманський гуманітарно-педагогічний коледж ім. Т. Г. Шевченка»*

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК НЕОДМІННИЙ КОМПЛЕКС НАВИЧОК І ЗНАНЬ ЛЮДИНИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Тривалий час нас переконували що, хто володіє інформацією, той володіє світом. Але тепер, коли цифрові та інтерактивні технології комунікації стрімко увірвалися в наше життя, інформацією володіють усі [1].

«Величезна кількість інформації, зокрема, сфальсифікованої сьогодні виливається на дітей і вона потребує переосмислення та критичної оцінки з певної ціннісної платформи», – зауважила Міністр освіти і науки України Лілія Гриневич та відзначила, що нині головне завдання полягає в трансформації української школи від такої школи, яка переважно починає дитину знаннями, до школи компетентностей, які включають знання, уміння їх застосовувати, а також цінності і формування певного ставлення на їх основі [4].

Розпізнати те, що ми дізнаємося з мас-медіа, декодувати безкінечний масив щоденної інформації і монтувати з неї нові для себе змісти – це велика майстерність, якою мало хто володіє. Доба, в яку ми живемо, називається інформаційною. А працювати з інформацією ще нещодавно ніде спеціально не вчили.

Наталя Лигачова, голова організації «Детектор медіа» зазначає, що зараз медіаграмотність низька, і рівень довіри останнім часом знизився. Тож, напевне, треба допомогти аудиторії відрізнити якісну інформацію від неякісної, тоді й довіра до відповідальних ЗМІ зросте. Робота організації у своїх проектах в першу чергу концентрується на дорослому населенні, але

ефективніше розпочинати медіаосвіту з юного віку [8].

Діджиталізація (цифрування) назавжди змінила не лише сутність процесу читання, а й здобуття базових навичок, необхідних для поінформованого громадянина, ефективного фахівця, успішного учня чи студента, щасливого батька/матері та реалізованої людини, що навчається все життя. Ніхто не може працювати і жити, як раніше. Кожна людина має розвивати свої навички мислення вищого рівня, критично оцінювати та синтезувати інформацію, до якої відкрився безмежний доступ.

Що таке медіаграмотність? Що це означає бути медіаграмотним?

Медіаграмотність – найважливіший комплекс навичок і знань, необхідних людині в сучасному інформаційному суспільстві [1].

На нашу думку, сьогодні медіаграмотність – життєво необхідна навичка в контексті російської інформаційної агресії. Інформаційно-пропагандистська війна Росії проти України вже внесла істотні зміни до мотивації та змісту медіаосвіти, з фокусом на формуванні навичок критичного мислення та імунітету до маніпуляцій громадською свідомістю та пропаганди. Українське суспільство потребує ширшого вироблення навичок формування медійної та інформаційної грамотності в умовах пропагандистсько-психологічних війн.

Освітні заклади – це саме ті інституції, що мають усі можливості для того, щоб долучитися до формування медіаграмотного споживача [1].

Як розвинути навички медіаграмотності? Ключове тут поняття критичного мислення – комплексу усвідомлених дій і навичок, які ми застосовуємо, коли оцінюємо інформацію, достовірна вона чи маніпулятивна.

Завдання опанувати навички критичного мислення було визнане першочерговим у багатьох країнах світу. 2010 року Департамент освіти США зазначив, що незалежно від того, про який предмет йдеться, необхідні для XXI століття навички на кшталт критичного мислення, здатності розв'язувати комплексні завдання, співпраці та мультимедійної комунікації мають бути внесені до всіх підрозділів шкільної програми. У Навчальному

плані для загальноосвітньої школи в Швеції зазначено: в процесі навчання учням повинна бути надана можливість розвинути знання про те, як можна сформуванати власні судження і думки в різного виду текстах і на різних медіа платформах. Щороку учні третіх, шостих і дев'ятих класів беруть участь у тестуванні здатності: виразити думки за допомогою медійного тексту; прочитати і зрозуміти текст (мову); сприймати на слух незнайоме за змістом висловлювання після одного прослуховування. Учні вчать декодувати і створювати конкретні прикладні медіатексти.

Медіаграмотність інтегрована у викладання суспільних дисциплін у багатьох країнах світу через вивчення пливу меседжів (послань медіа) на політику, владу, історичні події тощо.

Освіта в Україні на сучасному етапі неможлива без розвитку навичок медіаграмотності в учнів, студентів. Сучасна молода людина має бути здатна сприймати, створювати, аналізувати, оцінювати медіатексти, розуміти їх соціокультурний і політичний контекст.

У контексті медіаграмотності термін «медіа» стосується мас-медіа.

Передовсім – це: книжки, періодична преса, радіо, телебачення, інтернет-медіа, кінематограф. А сьогодні медіа – це також: мобільні телефони, інтернет, ай поди або MP3-плеєри, відео та комп'ютерні ігри, інші музичні записи (н-д, CD або просто записи), біл-борди та інші типи реклами, а також постери та флаєри. Сьогодні необхідність опанування навичками пошуку, передавання, опрацювання та аналізу інформації особливими методами і технологіями ставить принципово нові завдання перед системою освіти, диктує нові вимоги і до вчителя, викладача та до учня, студента в контексті медіаосвіти [2, с. 3].

У вчителів/викладачів навчальних дисциплін мають бути сформовані специфічні навички роботи з медіатекстами: проводити пошук інформації в джерелах різного типу; критично аналізувати джерело інформації; аналізувати інформацію; розрізняти в медіаінформації факти і думки, маніпуляції та пояснення; брати участь в дискусіях, формулювати власну

позицію.

Що стосується учнів/студентів, то вони повинні: мати доступ до друкованих, візуальних та електронних медіа з різними цілями; володіти термінологією медіаосвіти; розуміти, що всі медіа текстимістять «повідомлення» (messages); вміти «декодувати» й аналізувати медіа тексти в історичному, соціальному та культурному контексті, розуміючи при цьому взаємозв'язки між аудиторією, медіатекстом і навколишньою дійсністю.

Критичне мислення або критичний аналіз – це ознака тренованого розуму, коли він вміє враховувати думку, не поділяючи її.

Критичне мислення або критичний аналіз – це набір усвідомлених дій і навичок, завдяки яким ми можемо оцінювати чийось або свою інформацію на предмет того, чи вона достовірна, чи маніпулятивна.

В епоху інтернету ми постійно перебуваємо в облозі масивних обсягів інформації, і нерідко буває важко зрозуміти, якій інформації довіряти, а якій ні. Тож важливо навчитися розрізняти корисну та об'єктивну інформацію від баласту. Звертати увагу на те, якісне це видання чи невідомий блог. Критично аналізуючи джерела, треба спочатку пропустити крізь «сито» автора інформації та джерело, звідки вона походить. Чи це інформація з поважного видання, компетентного у відповідній сфері, а чи від сусідського сина? Ви прочитали це в блозі невідомої людини чи це текст із якісного часопису, підготовлений фахово? Чи не на сайті приватної компанії ви читаєте цей текст? Якщо так, то які інтереси переслідує ця компанія?

Первинні джерела – це оригінальні опубліковані джерела, наприклад медичні дослідження з проблеми ожиріння. Вторинним джерелом може бути, наприклад, повідомлення в газеті, в якому йдеться про проведене медичне дослідження на тему ожиріння, а також передається його суть загальнішою, зрозумілішою для аудиторії мовою.

Довіра до тексту вища, коли в ньому є посилання на джерело, ім'я автора, назву матеріалу та рік опублікування. Якщо журналіст працює з фактами, не посилаючись на джерела, критичний читач повинен загострити

свою пильність. Це не обов'язково означає, що журналіст підтасовує факти, але в читача (наприклад, газети) має бути можливість перевірити інформацію.

Факт (від лат. *factum* – зроблене) означає, як відомо, дійсність, подію, те, що реально відбулося. Саме на фактах ґрунтується віра в правдивість історії, вільну від суб'єктивних оцінок новину – в сенсі вислову, що з'явився наприкінці 19 ст. і вживається як догма: «факти – священні, коментарі – вільні» [5, с. 115].

Журналіст має в своєму матеріалі об'єднати правду і реальність шляхом відображення фактів. Факти надають науково-дослідні та соціологічні інститути, органи влади, установи статистики, архіви, пошукові інтрнет-системи тощо. Джерелом інформації можуть стати звичайні люди (свідки події тощо). Мінімальну перевірку факту проводить журналіст за запитаннями: «Хто? Що? Коли? Де?». Лише потім «Як?» і «Чому?»

Думка (судження) виникла внаслідок роздумів, це продукт мислення, ставлення до чогось. Це оцінна інформація, яку дуже важко, навіть неможливо, перевірити. Думка в тексті часто з'являється у вигляді коментаря, інтерпретації [1, с. 46].

Отже, одна з важливих заповідей висвітлення подій – відокремлення новини від власної думки. Чи можна взагалі досягти об'єктивності? Питання швидше риторичне. Тому медійні практики запропонували: замість об'єктивності – інші засади, такі як збалансованість або зваженість, тобто принцип, згідно з яким завжди треба вислуховувати обидві сторони.

Відрізнити думку від фактів можна за словами-маркерами, що допомагають розпізнати оцінну інформацію, наприклад «хунта», «бандерівці», «українські фашисти», «американські найманці», «тітушки», «ватники», «сепари», «терористи» тощо.

Соцмережі, за словами Івана Омеляна, експерта з комунікацій в соціальних мережах Центру підтримки молодіжних ініціатив, сьогодні є найкращою платформою для прощтовхування дезінформації: «Показовою є

статистика. Як відомо, є дві великі групи: «Євромайдан» і «Антимайдан». Причому кількість користувачів інтернету, які стежать за новинами і лайкають, в першій групі значно більше. Винятком є лише дві області в Україні, де більшість віддає перевагу «Антимайдану».

Звідси можна зробити висновок, що та інформація, яку люди отримують з соцмереж, тільки підтверджує одержувану з телевізора. Без соцмереж громадяни могли б не вірити російському телебаченню на Сході України і в самій Росії. Адже соціальні мережі за своєю природою – це думки наших з вами друзів. А ми не довіряємо державі, менше довіряємо церкві, телебачення також не потрапляє у перелік довіри, але своїм друзям ми віримо. Якщо мій друг пише мені, що в спаленій машині знайшли візитку Яроша, я в цю новину, швидше за все, повірю.

Найдієвіша інформаційна війна – це маніпулювання правдою. Як не стати жертвою в цьому протистоянні та відрізнити інформацію від дезінформації? Як перевірити джерела інформації?

Далеко не всі факти ми можемо перевірити самостійно, тому наше знання багато в чому ґрунтується на довірі до джерел. Намагайтесь віднайти першоджерело, тобто брифінги, прес-конференції, заяви, інтерв'ю, наукові статті та дослідження тощо. Далі – це інформаційні агентства, не менш важливе джерело для споживача інформації. За шкалою авторитетності, ІА разом з першоджерелами перебувають на першому місці. Далі йдуть «ретранслятори» – телеканали, журнали, газети, аналітичні видання тощо. Четверта – «блогосфера», тобто соціальні мережі, форуми, блоги.

Порівняйте джерела інформації за допомогою кількох джерел. Що більша кількість джерел, то гарантованіша достовірність інформації.

Перевіряйте репутацію джерела інформації. Джерело завжди несе відповідальність перед своєю аудиторією за надані факти, за їх точність. Достовірність і повноту відомостей, на яких вони ґрунтуються, збалансованість різних поглядів. Ця відповідальність не лише репутаційна, а й матеріальна. Солідні медіа шанують свою репутацію і ніколи не стануть

ризикувати, публікуючи тенденційну чи зумисно перекручену інформацію.

Якщо інформація викликає сумніви, потрібно перевірити, хто автор. Якщо автор не зазначений, слід поставитись до тексту максимально скептично.

Для того, щоб правильно і грамотно оцінювати інформаційний потік, ми повинні мати вихідні установки, наприклад, що країна йде в напрямку прогресу. Віра грає величезне значення для сприйняття інформації. Нам здається дуже дивним, що в нашому інформаційному потоці немає інструментів, що допомагають протистояти сприйняттю брехливої інформації.

Потрібно особливо ретельно придивлятися до термінових новин. Якщо ви бачите заклик: «Терміново розмножте!», навіть якщо новина містить чіткий позитивний аспект, перевірте її, перш ніж перепостити, адже нерідко така терміновість є прийомом для поширення дезінформації. Іноді роблять фейкову новину на одному сайті, щоб потім на іншому на неї ж зробити посилання. Нерідко використовуються популярні теги, наприклад, Євромайдан. Часто-густо наводяться кілька джерел для більшої впевненості. Але все це можна перевірити. Дезінформація в соцмережах має чітку цільову аудиторію: журналісти, лідери думок (яким довіряють і до чиеї думки прислухаються) і частина обивателів, що активно поширюють інформацію.

Для того, щоб сфабрикована інформація виглядала правдиво, не потрібно багато зусиль. Як це не дивно звучить, набагато важче донести до людей правду, якщо вона суперечить якомусь міфу або ідеалу, заснованому на внутрішніх переконаннях і зовнішніх орієнтирах. Де береться дезінформація? У першу чергу, це боти (англ. bot, скор. від Robot), які розганяють інформацію в соцмережах. Тобто програми, які за одними і тими ж кодовими словами розмножують потрібну інформацію.

Наведемо уривок розповіді одного відомого українського розвідника у відставці про те, як моделюється сучасна диверсійна робота. Так от, згідно останніх розробок, 95% всіх підривних зусиль по відношенню до іншої

держави займає інформаційна війна. Тому давайте не поспішати, перш, ніж «лайкнути» новину чи натиснути кнопку «поділитися». Давайте думати і не забувати аналізувати.

Давайте і надалі:

– впроваджувати застосування вправ, завдань з медіаосвіти та навчальних занять, виховних годинах, занять гуртків тощо з метою розвитку у студентів вміння аналізувати, оцінювати і передавати повідомлення (меседжі) у різних формах, а також «читати» медіатексти.

– інтегрувати медіаграмотність у викладання навчальних дисциплін на спеціальностях «Дошкільна освіта», «Початкова освіта», «Соціальна робота», «Музичне мистецтво» у КВНЗ «Уманський гуманітарно-педагогічний коледж ім. Т. Г. Шевченка» з метою необхідності навчання студентів з орієнтацією на відповідність до майбутніх вимог розвитку суспільства та зростальні національні та міжнародні процеси приватизації інформації, що пришвидшуються.

Список використаної літератури:

1. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін / За редакцією Валерія Іванова, Оксани Волошенюк, Олександра Мокрогуза. – К. 2015р.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. – К.: АУП, ЦВК, 2011. – 58с.
3. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/ Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352с.
4. Нова українська школа: навчання/знання про Голодомор та інші геноциди // Матеріали другого всеукраїнського методичного семінару для освітян. – К., лютий 2017.
5. Онкович Г. В. Медіаосвіта в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку // Нові технології навчання. – № 62. М-ли другого Міжнародного семінару «Навчально-виховне середовище та моральність у ХХІ столітті» / Ін-т інноваційних технологій і змісту освіти МОН України, Академія

міжнародного співробітництва з креативної педагогіки. – Київ – Вінниця, 2010.

6. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність. Підручник для вчителя / Сінді Шейбе Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С. Дюма: за загал. Ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К.: Центр вільної преси. Академія української преси, 2014. – 319с.

7. <http://www.123opticalillusions.com/pages/opticalillusions41.php>.

8. <http://imi.org.ua/news/55611-v-ukrajini-stvoreno-pershiy-onlayn-posibnik-z-mediagramotnosti-dlya-pidlitkiv.html>