

Т. І. Уварова
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри мистецтвознавства та загальногуманітарних дисциплін
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна

Г. І. Степанова
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри кіно і телебачення
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ПРІОРИТЕТНА КОМПЕТЕНЦІЯ В СУЧАСНІЙ ОСВІТІ

***Анотація.** Стаття присвячена медіаосвіті як пріоритетному напрямку сучасної освіти. Зазначено, що медіаграмотність є результатом медіаосвіти. У статті дається визначення поняття «медіаграмотність», визначаються основні її складники. Наголошується, що медіаграмотність – це комплекс умінь і знань, серед яких основними є критичне сприйняття, аналіз, оцінка медіатекстів та розуміння їх як політичного, так і культурного контексту. Зроблено висновок, що медіаосвіта має стати складовою частиною довгострокової стратегії освіти в Україні.*

***Ключові слова:** медіаосвіта, медіакультура, медіатекст, медіаграмотність, медіакомпетентності.*

У сучасній науковій дискусії питання теорії і практики медіаосвіти є предметом дослідження багатьох учених. Попри значну увагу з боку наукової спільноти до питання сучасної медіаосвіти, вважаємо, що висвітлення й аналіз низки проблем ще потребують осмислення і подальшого розроблення.

Один із найбільш авторитетних медіапедагогів і теоретиків медіа Л. Мастерман (L. Masterman) обґрунтував сім причин пріоритетності й актуальності медіаосвіти: високий рівень медіа і насиченість сучасних суспільств засобами масової інформації; ідеологічна важливість медіа та їхній вплив на свідомість аудиторії; швидкі темпи зростання кількості інформації, посилення механізмів управління та її розповсюдження; інтенсивність проникнення медіа в суспільні процеси; підвищення значення візуальної комунікації та інформації в усіх сферах; необхідність навчання та орієнтування на відповідність майбутнім вимогам; посилення національних і міжнародних процесів приватизації інформації [10, с. 23].

У сучасному освітньому просторі України медіаосвіта ще знаходиться на етапі свого формування. Але розроблення і прийняття нової Концепції впровадження медіаосвіти в Україні не тільки є важливою складовою частиною модернізації освіти, це є свідченням беззаперечної важливості медіаосвіти для сучасного українського суспільства в умовах світової глобалізації та інформатизації. Як зазначено в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція затверджена від 21 квітня 2016 року Президією Національної академії педагогічних наук), головною її метою є «сприяння розбудові в Україні ефективної медійної системи, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку й консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічної підготовки дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування у громадян медіаінформаційної грамотності та медіакультури, відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей» [6]. У цьому документі медіаосвіта тлумачиться як частина освітнього процесу, що спрямована на формування взаємодії із сучасною системою мас-медіа, використовуючи як традиційні (друкарство, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютери, мобільний зв'язок, Інтернет) медіа з урахуванням інформаційно-комунікативних технологій [13, с. 109].

У матеріалах ЮНЕСКО медіаосвіта розуміється як «навчання теорії і практичним умінням оволодіння сучасними засобами комунікації, які є частиною специфічної, автономної області знань» [11, с. 8]. ЮНЕСКО розглядає сьогодні інформаційну та медіаграмотність як невід'ємну характеристику особистості й нації загалом.

Результатом процесу медіаосвіти є медіаграмотність. «Медіаграмотність – комплексне поняття, яке включає в себе і сформовані компетенції, і конкретні знання, і, найголовніше, досвід» [5, с. 85]. Більшість дослідників вважає, що медіаграмотність – найважливіший комплекс навичок і знань, необхідних людині в сучасному інформаційному суспільстві. Насамперед це здатність використовувати, аналізувати й оцінювати медійну продукцію.

Дослідник Ю.Н. Горун, посилаючись на Міжнародну енциклопедію соціальних та поведінкових наук, надруковану в Оксфорді 2001 року, наводить таке визначення поняття «медіаграмотність»: «<...> це розвинута здібність людини до сприйняття, створення, аналізу, оцінки медіатекстів, розуміння ним соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем, які використовують медіа; життя такої людини в суспільстві й світі пов'язано з громадською відповідальністю» [3]. Проаналізуємо дане визначення. Розглянемо його першу частину, згідно з якою сучасна людина повинна не лише сприймати безперервний потік інформації, а й аналізувати її.

Багато дослідників, які займаються вивченням теорії поколінь, стверджують, що покоління Z – люди, що народилися після 1996 або 2000 років, – не здатне аналізувати великі об'єми інформації. У роботі «Покоління Z: теоретичний аспект» А.Б. Кулакова надає характеристику даному поколінню, в якій відзначається здатність швидко навчатися, обробляти інформацію, миттєво перемикаючись з одного виду діяльності на інший, а також діяти в умовах багатозадачності [8]. Для покоління Z характерно кліпове мислення, яке позбавляє здатності встановлювати зв'язки і відносини між пізнаваними об'єктами, робити узагальнення, міркувати, формувати висновки на основі якихось фактів. «Феномен кліпового мислення має на увазі відсутність цих здібностей – узагальнення, формування висновків, тобто інформація є, а способів її обробки, можливостей робити умовиводи, об'єднувати факти не спостерігається», – пише Н.В. Азаренок у статті «Кліпова свідомість і її вплив на психологію людини у сучасному світі» [1].

Більш того, медіаексперт Й.М. Дзялошинський стверджує, що після 2020 року медіакультура, а точніше потік інформації, досягне своєї крапки сингулярності – коли людство втратить здатність осмислювати інформацію, яку воно відтворює [4]. Таким чином, повертаючись до визначення поняття «медіаграмотність», можна говорити про те, що здібність аналізувати інформацію не увійде до складу медіаграмотності як громадянської компетенції.

За визначенням Міжнародної енциклопедії соціальних та поведінкових наук, медіаграмотність також повинна розвинути в людини здібність розуміння соціального та політичного контексту існування медіа, їхніх кодових і репрезентаційних систем. Тобто людина повинна вміти визначати правдиву і фейкову інформацію, маніпулятивні прийоми, які активно впроваджують та пропонують ЗМІ, а також їхню політичну приналежність. На жаль, в умовах сучасної медіакультури, яка сформувалась в Україні, виробити таке вміння неможливо через низку причин. По-перше, всі традиційні ЗМІ України, а це телебачення, друкована преса та радіо, належать певній політичній силі, що дає їй змогу впливати та керувати суспільством. «Саме тому, оцінюючи роль та вплив ЗМІ на політичні процеси, експерти зазначають, що в інформаційну епоху влада інформації стає вирішальною в управлінні суспільством, витісняючи на другий план вплив грошей та владного примусу» [9].

Щоб у людей з'явилась можливість аналізувати та порівнювати інформацію, ЗМІ повинні виконувати функцію «четвертої влади» – контролювати політиків та надавати суспільству правдиву інформацію. Враховуючи те, що в Україні всі ЗМІ заангажовані, вони виконують лише роль інструмента пропаганди. «Відсутність достовірної інформації не дає громадянам можливості сформулювати для себе раціональний життєвий проект. Як наслідок, люди відчувають соціальну дезорієнтацію та невизначеність, що, як у замкненому колі, збільшує їхню залежність від різноманітних маніпулятивних впливів» [9]. Передусім їх застосовують з метою досягнення чи збереження політичного домінування, коли суспільство не відчуває якісного покращення рівня життя та соціальної захищеності з боку влади. Тотальне застосування маніпуляцій призводить до серйозних розладів суспільного життя, породжує суспільну апатію, відчуження більшості населення від свідомої участі в політичному житті країни та дестабілізацію суспільства загалом. Навіть існує думка, що «уряд активно впроваджує медіаосвіту в школах та вищих навчальних закладах для того, щоб її контролювати» [4].

Повернемося до аналізу поняття «медіаграмотність». У міжнародній енциклопедії соціальних та поведінкових наук сказано, що медіаграмотність передбачає знання створення медіатекстів. Безперечно, це важливий навик, яким має володіти кожен в умовах сучасного інформаційного світу. Інтернет дав можливість людству створити світ онлайн, де не існує кордонів, меж або цензури. Соціальні мережі стали фундаментом для появи феномену я-медіа. Його синонімами є я-бренд, блогер або лідер думок. Будь-яка

особа може створити свій медіатекст, в якому висловлюватиме своє захоплення або обурення, звернення або заклик, і протягом декількох годин тисячі людей відгукнуться. Аудиторія деяких блогерів налічує мільйони людей, а це більше ніж у будь-якого українського центрального телеканалу. Ці люди не є журналістами, тому їхній контент викликає обурення у медіаекспертів та науковців. Автори статті «Від ми-медіа до я-медіа: трансформації ідентичності у віртуальному світі» розглядають блогосферу та її місце в інформаційному просторі. У своєму дослідженні вони посилаються на американського фахівця Е. Кіна, який контент, вироблений рядовими користувачами Інтернету, ставить в один ряд з аматорською порнографією, а блогерів звинувачує в розбещенні суспільства, підриві його цінностей [2]. Отже, щоб побудувати нову, більш якісну реальність, потрібно розуміти громадянську відповідальність за створені медіатексти.

На нашу думку, американський професор Джеймс Поттер дає більш правильне визначення поняттю «медіаграмотність». «Медіаграмотність полягає в здатності особистості контролювати споживання медіа. Медіаграмотна людина легше орієнтується в медіасвіті, легше знаходить інформацію, яка їй потрібна, та запобігає повідомленням, що можуть їй зашкодити, подібно до забруднених і отруєних води чи їжі» [12, с. 245].

Канадський науковець Джон Пандженте визначив вісім принципів медіаграмотності, які дозволяють краще розуміти медіатексти. У підручнику «Медіаосвіта та медіаграмотність» наведені такі його критерії:

1. Будь-який медіапродукт – це сконструйована реальність. Він відображає не реальність, а деякі суб'єктивні, ретельно відібрані уявлення про нього. Медіаграмотність допомагає ставити під сумнів такі тексти та розуміти принципи їх створення.

2. Медіа конструюють реальність. Ставлення до об'єктів реального світу формується на основі засвоєних медіаповідомлень, автори яких переслідують свої чітко визначені цілі. Медіа певною мірою формують відчуття реальності.

3. Аудиторія медіаповідомлення інтерпретує його зміст. Отримувачі повідомлення інтерпретують та осмислюють, ґрунтуючись на власному досвіді та таких індивідуальних характеристиках, як особисті запити й очікування, актуальні проблеми, сформовані національні та гендерні уявлення, соціальний та культурний досвід тощо.

4. Медіа мають комерційну підтримку. Медіаграмотність дає уявлення, що створення медіапродукту – це бізнес, який має приносити прибуток.

5. Будь-яке медіаповідомлення транслює ідеологію та інформацію про певні цінності. Будь-який медійний продукт – це, в певному сенсі, реклама способу життя та тих чи інших цінностей. Явно чи опосередковано медіа створюють в очах аудиторії уявлення про «гарне», «красиве» життя; формують споживацькі смаки та дають уявлення про загальну ідеологічну позицію.

6. Медіа виконують соціальні та політичні функції. Медіа – інструмент впливу та керування суспільством через інформацію.

7. Зміст повідомлення залежить від виду медіа. Різні медіа передають повідомлення про одну подію, наголошуючи на різних аспектах. Отже, аудиторія має змогу ознайомитися з різними поглядами та сформулювати власну позицію.

8. Кожен медіаресурс має власну унікальну естетичну форму. Кожен медіапродукт має бути представлений аудиторії в естетичній формі, що дозволяє, деякою мірою, діставати задоволення від форми та змісту [12, с. 245–247].

Медіаграмотність як явище набуває своєї популярності. Американський професор Джеймс Поттер підкреслює підвищений інтерес до проблеми медіаграмотності суспільства, проте оцінити значення як теоретичних, так і практичних робіт у даній галузі не є можливим, тому що існує тенденція локальної концептуалізації підходів, що значно ускладнює розуміння медіаграмотності як феномену [7].

Отже, формування форм і методів захисту студентів від маніпулятивного впливу медіа, напрацювання технологій з орієнтації в інформаційних потоках сучасного глобалізованого суспільства, критичне мислення, вміння повноцінно сприймати, аналізувати та оцінювати медіатексти є головним завданням сучасної медіаосвіти. Вважаємо, що довгострокова стратегія розвитку медіаосвіти у вищій школі сприятиме розвитку в студентської спільноти медіаграмотності та громадянської відповідальності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Азаренок Н.В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире. URL: <https://uchebnikfree.com/osnovyi-psihologii/klipovoe-soznanie-ego-vliyanie-psihologiyu-33245.html>

2. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От мы-медиа, к я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире. URL:
3. Горун Ю.Н. К определению понятий «медиаобразование», «медиакомпетентность», «медиаграмотность». URL: <https://docplayer.ru/31931256-K-opredeleniyu-ponyatiy-mediaobrazovanie-mediakompetentnost-mediagramotnost.html>
4. Дзялошинский И. «Медиаграмотность». URL: https://www.youtube.com/watch?v=_i24L5ft1oY&list=LL_pPzMeeBd-WHjjsLUe-3YA&index=5&t=3425s
5. Как развивать медиаграмотность студента и преподавателя университета: стратегии и техники : сб. ст. / редкол.: Д.И. Губаревич (отв. ред.) и др. ; под общ. ред. В.В. Самохвала. Минск : БГУ, 2017. Вып. 10. 199 с.
6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya
7. Котляр П.С. Медиаграмотность в условиях развития цифровых технологий. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediagramotnost-v-usloviyah-razvitiya-tsifrovyyh-tehnologiy/viewer>
8. Кулакова А.Б. Поколение Z: теоретический аспект. URL:
9. Маніпуляції на ТБ. URL: https://detector.media/php_uploads/files/books/kniga_tb_teror.pdf
10. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации. *Специалист*. 1993. № 4. С. 22–23.
11. Media Education. Paris : UNESCO, 184 с.
12. Медіаосвіта та медіа грамотність : підручник / ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк ; за науковою редакцією В.В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
13. Скиба М.М. Медиаграмотность майбутніх соціальних педагогів: основні характеристики *Вісник Черкаського університету*. Черкаси, 2011. Вип. 203. Ч. III. С. 109–113.

Т. И. Уварова, Г. И. Степанова. Медиаграмотность как приоритетная компетенция в современном образовании. – Статья.

Аннотация. Статья посвящена медиаобразованию как приоритетному направлению в современном образовании. Определено, что медиаграмотность является результатом медиаобразования. В статье дается определение понятию «медиаграмотность», определяются основные ее составляющие. Делается акцент, что медиаграмотность – комплекс учений и знаний, среди которых основными являются критическое восприятие, анализ, оценка медиатекстов и понимание их как политического, так и культурного контекста. Сделан вывод, что медиаобразование должно стать долгосрочной стратегией образования в Украине.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакультура, медиатекст, медиаграмотность, медиакомпетентность.

T. Uvarova, H. Stepanova. Media literacy as a priority competency in modern education. – Article.

Summary. The article is devoted to media education as a priority in modern education. Media literacy is determined to be the result of media education. The article defines the concept of "media literacy", defines its main components. The emphasis is made that media literacy is a complex of teachings and knowledge, among which the main ones are critical perception, analysis, evaluation of media texts and their understanding of both political and cultural context. It is concluded that media education should become a long-term education strategy in Ukraine.

Key words: media education, media culture, media text, media literacy, media competency.