

УДК 070-047.22:007,315

Костриця Н. М.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Мазур Н. В.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ МАЙБУТНІХ ЖУРНАЛІСТІВ – ВИМОГА ЧАСУ

У статті розкрито зміст поняття «медіаграмотність журналіста». Автори наголошують на потребі розвивати вміння та навички критичного мислення, оцінювати факти і події щодо їх достовірності. Окреслено завдання пошуку джерел інформації і виявлення критеріїв оцінювання журналістських текстів. Зосереджено увагу на виробленні навичок і засвоєнні базових знань для встановлення правдивої інформації. Наголошено на визначенні ролі медіаграмотності у пропагандистсько-психологічних війнах.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, медіатекст, засоби масової інформації, медіакультура, медіаплатформа, критичне бачення, візуальна грамотність.

Постановка проблеми. Сучасний викладач, готуючи студента-журналіста до майбутньої професійної діяльності, враховує процеси реорганізації вищої освіти, реформування наукової та науково-технічної діяльності в Україні. В умовах багатопланової інформації ускладнюються пошуки первісних достовірних джерел, виникають проблеми концептуалізації поставлених завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасних українських дослідженнях з питань якості медіаграмотності наголошено на таких проблемах, як вироблення навичок критичного мислення, уміння створювати аналітичні тексти, формулювати критерії оцінювання достовірності інформації. Такі питання досліджували Г. Онкович, І. Жилавська, Л. Мастерман, О. Федоров, А. Литвин, С. Шейбе, Ф. Рогоу, Д. Консидайн, К. Ворсноп та інші.

Постановка завдання. Завдання полягають у тому, щоб навчити майбутнього журналіста грамотно «прочитувати» медіатекст; виявляти здібності у сприйнятті медійної інформації; критично мислити; допомогти втілювати отримані знання та вміння у процесі аналізу інформації; виявити і сформулювати через медіадіяльність людини її соціальну та громадянську відповідальність; навчити приймати компетентні рішення у відповідь на інформацію, почуту чи побачену у засобах масової інформації.

Виклад основного матеріалу. У зв'язку з особливостями інформаційного простору,

в якому перебуває Україна (стан воєнної агресії Росії; стан конкурентної передвибірної кампанії), зростає роль інформаційної безпеки держави. Тому виникає потреба у підвищенні медіаграмотності журналістів. Потреби медіаосвіти, медіаграмотності зумовлені роллю інформації в сучасному суспільстві. Термін «медіаграмотність» пов'язують з критичним баченням та візуальною грамотністю [7]. Також використовують такі терміни, як «технологічна грамотність», «інформаційна грамотність», «комп'ютерна грамотність» [5, с. 49]. Остання полягає «в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві» [6, с. 10].

У сучасному інформаційному просторі великої ваги набуває феномен *медіаграмотності*, пов'язаний з пошуками достовірної інформації, перевірених фактів. Будь-яка інформація, яку можна знайти в медійному просторі, потребує, по-перше, перевірки, адже поширення фейкової інформації, потоки її, скеровані на дестабілізацію суспільства, на викривлену оцінку суспільних явищ, потребує заглиблення в окреслену проблему, насамперед встановлення первісного джерела інформації. Друге завдання – процес оцінювання цієї інформації, визначення критеріїв цієї оцінки. Медіаграмотність зводиться до пошуків

інтернет-зв'язків, тобто орієнтації в інформаційному просторі.

Для уточнення джерела інформації майбутній журналіст повинен виробити навички і засвоїти базові знання для встановлення вірогідності поширюваної (отримуваної) інформації. До лексико-семантичного поля *медіаграмотність* належать такі поняття: достовірність інформації, соціально-політична природа інформації, маніпуляція фактами, громадською свідомістю. У кризові суспільно-політичні часи в умовах воєнних дій зростає маніпулятивна роль неправдивої інформації. У народно-розмовній мові відомий такий вислів «одна баба сказала» (ОБС). Це стосується непереверених фактів, спотвореної інформації, для нейтралізації якої повинні працювати потужні інформаційні джерела.

Більшість науковців вважають медіаграмотність результатом медіаосвіти. Людина, вивчаючи медіа, здобуває навички з аналізу та оцінювання медіаматеріалів. На думку вчених, журналіст, який постійно вивчає медіа, стає медіаграмотним, здатним до експериментування, аналізу та створення медіатекстів [10, с. 11].

У сучасному світі необхідна медіаосвіта, бо в умовах глобалізації та інформаційного суспільства мас-медіа, висвітлюючи деякі події, вирішально впливають на людське світосприйняття. Часто медіа неправдиво інформують про події та факти дійсності. Медіаосвіта спонукає людину до самозахисту та вчить критично сприймати медіаінформацію [2].

Західні країни вже давно практикують медіаосвіту, на яку потрібно орієнтуватися, а теоретичні розробки та напрацювання українських науковців у цій сфері «спрямовані не на формування критичного мислення та автономної від медіаособистості (як у багатьох західних країнах), а на опанування медіаобладнанням і використання можливостей медіа в навчальному процесі» [2, с. 15].

Завдання фахівця інформаційної епохи, на думку Г. Онкович, «розвивати критичне мислення, вміння аналізувати й добирати особистісно значущу інформацію, тобто бути медіа- та інформаційно грамотною особистістю, а також структурувати, узагальнювати й осмислено використовувати медіапродукти. Досягти цього можна завдяки медіаосвіті» [8, с. 80]. О. Федоров визначає медіаосвіту як «процес розвитку особистості засобами і на матеріалі мас-медіа задля формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, вмінь повноцінно сприймати, інтерпретувати, аналізувати й оціню-

вати медіатексти, навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки» [7, с. 18].

Деякі зарубіжні науковці, аналізуючи сприймання більшої частини фахівців з медіаосвіти, які уявляють силу медійного впливу по-старому, говорять про те, що «шляхи впровадження медіаосвіти та досягнення медіаграмотності як її результату, критичного погляду на мас-медіа мають велике значення для розвитку української медіаосвіти» [10, с. 26]. Ще медіаосвіту називають «інститутом громадянського виховання» [5, с. 46], де взаємодіє людина з медіа, системою знань та вмінь, необхідних для критичного сприйняття та аналізу медіаінформації для соціокультурного розвитку особистості.

Деякі вчені вважають медіаграмотність рівнем медіакультури, за допомогою якого журналіст здатний використовувати інформаційно-комунікативну техніку, презентувати себе, спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати, «прочитувати» і критично аналізувати інформацію, розрізняючи реальні та віртуальні медіа тексти [3; 5].

Медійна грамотність спрямована на те, щоб людина була активна та грамотна, розвивала в собі здатність сприймати, створювати, аналізувати, оцінювати медіаінформацію, розуміти соціокультурний і політичний контексти функціонування медіа в сучасному світі [7]. Тому медіаграмотність вважають необхідним елементом політики, важливою складовою обізнаності у питаннях інтелектуальних прав людини, дієвим фактором міжкультурного діалогу, необхідною умовою залучення громадян до участі в демократичному житті [10].

Природно, що в часи, наприклад, гострої, конкурентної передвиборної боротьби зростає вага маніпулятивних технологій. Негативний вплив їх на суспільну свідомість виявляється у збайдужінні суспільства, в породженні явищ соціальної депресії. Щоб виробити імунітет до маніпулятивних технологій, треба актуалізувати критичне мислення журналістів, щоб вони не сприймали як достовірну вперше почуту інформацію (прочитану, побачену). Якщо немає аргументованих фактів правдивості інформаційного повідомлення, не варто передавати його зміст іншим, тобто має бути відбір інформації, пошук додаткової інформації та перевірка її за іншими джерелами. Наприклад, перевірити історичні факти тисячолітньої давнини, не маючи конкретних аргументів, неможливо. Тому і з'являються в наш час такі «відкриття», як «Словник української мови VI століття» (автор І. Юшук).

Джон Пандженте, канадський науковець і президент Канадської асоціації медіаосвітніх організацій, називає деякі ключові принципи медіаграмотності, що дозволяють краще вивчати медіаінформацію: 1) будь-який медіапродукт – це сконструйована реальність (він відображає не реальний світ, а деякі суб'єктивні уявлення про нього; медіаграмотність руйнує такі штучно створені конструкції); 2) медіа конструюють реальність (саме вони формують більше уявлень про навколишній світ та особисте ставлення до подій; медіа формують наше відчуття реальності); 3) отримувачі медіаінформації інтерпретують його зміст (медіа забезпечують свою аудиторію інформацією, на основі якої формується уявлення про реальність; ґрунтуючись на власному досвіді, отримувачі повідомлення інтерпретують та осмислюють актуальні проблеми, сформовані національні та гендерні уявлення, соціальний та культурний досвід); 4) медіа мають комерційну підтримку (медіаграмотність демонструє підтримку будь-яким медіа з комерційного боку і показує, як комерційний підтекст впливає на зміст та якість медіапродукту; створення медіапродукту – це насамперед прибутковий бізнес; медіабізнесом керують конкретні люди зі своїми інтересами, тому саме вони й визначають зміст медіаповідомлень); 5) будь-яке медіаповідомлення транслює ідеологію та інформацію про певні цінності (будь-який медійний продукт є, так би мовити, рекламою способу життя та інших цінностей; медіа створюють в очах аудиторії уявлення про «гарне» життя та формують споживацькі смаки); 6) медіа виконують соціальні та політичні функції (вони впливають на політичну ситуацію та провокують соціальні зміни; медіа примушують нас задумуватися про події, що відбуваються в інших країнах); 7) зміст повідомлення залежить від виду медіа (різні медіа передають повідомлення про одну подію, наголошуючи на різних аспектах); 8) кожен медіаресурс має унікальну естетичну форму (кожен медіапродукт представляють аудиторії в естетичній формі) [7, с. 11–12].

На думку авторів статті, формування медійної та інформаційної грамотності набуває особливої суспільної ваги в умовах пропагандистсько-психологічних війн. Журналістам як фахівцям, які працюють з найрізноманітнішою інформацією, важливо виробляти, формувати навички медіаграмотності. До цього процесу мають долучитися заклади вищої освіти. На прикладі критичного оцінювання усних і письмових

висловлювань студентів-журналістів варто стимулювати самостійне мислення, вміння коротко, лаконічно робити висновки із прочитаного, аналізувати різні джерела, зокрема ті, в яких описано конфліктні ситуації, повідомлено про певні соціальні явища і події.

Критичне мислення розуміють як «комплекс усвідомлених дій і навичок, які ми застосовуємо, коли оцінюємо інформацію, достовірність вона чи маніпулятивна» [6, с. 7]. Таке мислення має забезпечувати майбутнім журналістам вироблення навичок підготовки аналітичного матеріалу, добору аргументів, виявлення джерел достовірної інформації, при цьому автори аналітичних матеріалів ставлять комплексні завдання, оперують різними видами тексту, щодо яких висловлюють свої критичні думки, судження.

Студенти-журналісти у процесі навчання працюють над обраною темою, здійснювати творчу, пошукову і дослідницьку діяльність, що сприяє формуванню специфічних навичок роботи з інформацією, розвитку інтелектуальних умінь творчого і критичного мислення. Н. Кобаль зазначає, що критичне мислення передбачає розвиток різних видів мислення: аналітичне мислення (аналіз інформації, відбір необхідних фактів та інше); асоціативне мислення (установлення асоціацій із раніше вивченими фактами, явищами тощо); самостійне мислення; логічне мислення (уміння вибудовувати логіку доведень прийнятого рішення); системне мислення (уміння розглядати досліджуваний об'єкт, проблему в цілісності їх зв'язків і характеристик) [1].

Майбутні журналісти, думаючи критично, мають ставити перед собою завдання і за планом його виконувати; не задовольнятися фактами, а розкривати їх причини і наслідки; виробляти свою точку зору з певного питання і відстоювати її логічними доказами та проявляти підвищену увагу до аргументів опонента, логічно їх осмислюючи. З підвищенням рівня критичного мислення підвищується інтелектуальний рівень студента. На думку вчених, саме застосування технології розвитку критичного мислення надають майбутнім фахівцям дослідницьких умінь, які полягають у таких здатностях, як миттєво розуміти, аналізувати, оцінювати новий матеріал; перетворювати подію в сенсацію; відрізняти правдиву інформацію від вигаданої; глибоко досліджувати і реально оцінювати факти; думати незалежно, сміливо і творчо; знаходити різні способи перевірки і підтвердження будь-якої інформації [1].

Журналістська діяльність в умовах мультимедійної комунікації потребує спеціальної цілеспрямованої медіаосвіти, комунікативних навичок співпраці на різних медіаплатформах. Практичні завдання декодування і створення медійних текстів мають бути передбачені у навчальних планах для сучасної освіти журналістів.

Практика переконує, що студентам потрібно давати ґрунтовні знання з медіаграмотності так, щоб вони могли самостійно розвивати їх і послуговуватися ними не тільки як студенти, а й упродовж усього життя, підтримуючи належний рівень професійної компетентності [8]. Медіакомпетентність, на думку Г. Онкович, це «якість медіаграмотної особистості, результат медіаосвіти, яка допомагає людині активно використовувати можливості інформаційно-освітнього поля – телебачення, радіо, відео, преси, інтернету, формує культуру спілкування, розвиває творчі, комунікативні здібності, критичне мислення, вміння сприймати,

інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіатексти...» [8, с. 83].

Журналістський фах передбачає наявність професійно підготовлених, кваліфікованих кадрів для медіаіндустрії. Саме кваліфікована підготовка працівників ЗМІ свідчить про наявність в медіаосвіті журналістського напрямку [9]. Медіаосвітні функції журналістики полягають у підвищенні медіакомпетентності масової аудиторії, розвитку здатності адекватно сприймати інформацію, використовувати її для саморозвитку та самоосвіти, а також для залучення представників різних соціальних груп до створення потрібної суспільству інформації [4].

Висновки і пропозиції. Отже, завдання реформування освіти, науково-дослідних технологій передбачає обґрунтування нових методик підготовки журналістських кадрів, які працюють в умовах тісного зв'язку з громадськістю і виявляють свою компетентність на різних медіаплатформах.

Список літератури:

1. Бобаль Н. Використання технологій розвитку критичного мислення у навчанні майбутніх журналістів роботі з інформацією. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2014. № 2. С. 83–89.
2. Практична медіаграмотність : посібник для бібліотекарів / Л. Гуменюк, В. Потапова ; ред.-упор. О. Волошенюк. Київ : Академія української преси, 2015. 200 с.
3. Жилавская И. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск : ТИИТ, 2009. 322 с.
4. Жилавская И. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий : автореф. дисс. ... канд. филол. наук ; МГУ. Москва, 2008. 23 с.
5. Иванов ., Шкоба О. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів. *Інформаційне суспільство*. 2012. Вип. 16. С. 41–52.
6. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін : посібник для вчителя / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. Київ : Центр вільної преси ; Академія української преси, 2016. 201 с.
7. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Іванов, О. Волошенюк ; за наук. ред. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
8. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі. *Вища освіта України*. 2014. № 2. С. 80–87.
9. Онкович Г. Нові вектори розвитку сучасної медіаосвіти. *Журналістика. Філологія. Медіаосвіта* : зб. наук. праць всеукраїнської науково-практичної конференції. Полтава, 2014. С. 150–156.
10. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність : підручник для вчителів / пер. з англ. С. Дьома ; за заг. ред. В. Іванова, О. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси ; Академія української преси, 2017. 319 с.
11. Worsnop C. Screening Images: Ideas for Media Education. Mississauga ; Ontario : Wright Communications, 1994. 179 p.

МЕДИАГРАМОТНОСТЬ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ – ТРЕБОВАНИЕ ВРЕМЕНИ

В статье раскрыто содержание понятия «медиаграмотность журналиста». Авторы подчёркивают необходимость развивать умения и навыки критического мышления, оценивать факты и события в их достоверности. Определены задачи поиска источников информации и выявления критериев оценки журналистских текстов. Поставлен акцент на выработку навыков и усвоения базовых знаний для установления истинной информации. Сосредоточено внимание на определении роли медиаграмотности в пропагандистско-психологических войнах.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиатекст, средства массовой информации, медиакультура, медіаплатформа, критическое видение, визуальная грамотность.

MEDIA LITERACY OF FUTURE JOURNALISTS – TIME REQUIREMENT

The article is devoted to the content of the concept of “media literacy of the journalist”. The authors emphasize the need to develop skills and critical thinking skills, to evaluate facts and events about their reliability. The task of finding information sources and identifying the criteria for evaluating journalistic texts is determined. The focus is on developing skills and mastering basic knowledge to establish true information. It is emphasized on the role of media literacy in propaganda-psychological wars.

Key words: *media education, media literacy, media text, mass media, media culture, media platform, critical vision, visual literacy.*