

УДК 37.036

DOI <https://doi.org/10.32840/1992-5786.2019.67-1.20>**Н. О. Приходькіна**кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри педагогіки, адміністрування і соціальної роботи
ДЗВО «Університет менеджменту освіти»
Національної академії педагогічних наук України

РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНІВ: ОСНОВНІ ПРИЙОМИ КРИТИЧНОГО АНАЛІЗУ МЕДІАТЕКСТІВ

Сучасне суспільство, будучи суспільством інформаційним, диктує людині нові вимоги до формування актуальних видів компетенцій, виступає як соціокультурна ситуація розвитку сучасної освіти. Потреба в інформації входить у широкий спектр потреб сучасної людини та висловлює громадську необхідність особистості в інформаційному забезпеченні всіх видів людської діяльності, зумовлює включення особистості в систему соціальної інформації. Можна виділити дві основні проблеми, з якими стикається інформаційне суспільство – інформаційний дефіцит і надлишок інформації, що актуалізує проблему формування і розвитку критичного мислення в контексті підготовки підростаючого покоління до життя за сучасних медіаумов.

Від системи освіти, її якості та концепції багато в чому залежить розвиток підростаючого покоління, у зв'язку з чим особливої актуальності набуває медіаосвіта. У статті авторка пише про необхідність розвитку критичного мислення учнів. Йдеться про розвиток умінь ставити перед собою проблеми і питання, шукати пояснення незрозумілої інформації, аналізувати, інтерпретувати, оцінювати медіатексти, знаходити в них прихований сенс, виявляти маніпулятивні можливості, а це під силу тільки медіакомпетентній людині. Для здійснення повноцінного критичного аналізу медіатексту учні повинні володіти комплексом таких умінь: сприймати медіаінформацію, пояснювати, порівнювати, визначати медіатексти, виділяти взаємозв'язок між елементами медіатексту, з'єднувати їх за принципом взаємодії; відрізнити фейки та правдиву інформацію тощо. На думку автора, саме школа здатна вплинути на процес медіаосвіти учнів психолого-педагогічного напрямку підготовки, яким для успішного здійснення своєї майбутньої професійної діяльності необхідні вміння працювати з медіаінформацією. Залишаючись одним із найважливіших учасників освітнього процесу, педагог у своїй професійній діяльності повинен враховувати загальні тенденції розвитку медійних технологій, оскільки їх вплив сприяє якісному і змістовному перегляду змісту навчання. У статті представлено наукове осмислення проблеми розвитку критичного мислення під впливом засобів мас-медіа.

Ключові слова: медіатекст, медіаграмотність, медіаінформація, маніпуляція, критичне мислення, учні.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві людина перебуває під впливом безперервних потоків інформації, в т. ч. переданої по каналах мас-медіа (засобів масової інформації та комунікації). У зв'язку з цим істотно зростає значення підготовки аудиторії до активного творчого пошуку і використання інформації, до адекватної самостійної переробки медійного змісту. Причому, як показує практика, інформатизація є не тільки джерелом нових можливостей для людини в сенсі її професійного й особистісного розвитку, але й продукує певні ризики. Множинність каналів, способів і форм презентації медіатекстів створюють деякі складнощі в оцінці та засвоєнні реципієнтами медійного змісту, підсилює тенденцію фрагментування змісту ЗМІ. Це перешкоджає формуванню у споживачів медійної інформації цілісного уявлення про соціальну дійсність, системних знань про неї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ускладнення і розширення глобального медіасередовища підсилює не тільки позитивний, а й нега-

тивний вплив медійної інформації на аудиторію, особливо молодіжну, яка неусвідомлено споживає величезні обсяги інформації, часто не піддаючи її критичному осмисленню. У вітчизняній медіапедагогіці цій проблемі присвячено дослідження О. Баришпольця, О. Волошенюк, Н. Габора, Н. Горб, Н. Духаніної, В. Іванова, Т. Іванової, Т. Махині, О. Коневщинської, Л. Найдюнової, Г. Онкович, Б. Потятиника, Г. Сагайдак, О. Савченко, Т. Слабошевської, І. Чемерис та ін.

Виклад основного матеріалу. У Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 р. наголошується, що одним із пріоритетних напрямів її розвитку є впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, що забезпечує вдосконалення освітнього процесу, доступність та ефективність освіти, підготовку молодого покоління до життєдіяльності в інформаційному суспільстві [4].

У Цифровій адженді України 2020 зазначено: «Швидкі та глибинні наслідки від переходу на «цифру» будуть можливими лише тоді, коли

«цифрова» трансформація стане основою життєдіяльності українського суспільства, бізнесу та державних установ, стане звичним і повсякденним явищем, стане нашим ДНК, нашою ключовою аджендою на шляху до процвітання, стане основою добробуту України» [8].

Цифрова грамотність визнана Європейським Союзом однією з ключових для повноцінного життя та діяльності людини.

Тому пріоритетною ціллю освіти є використання засобів масової комунікації та медіапедагогіки для формування умінь орієнтації в інформаційному полі, для протистояння маніпуляціям громадською свідомістю, для адаптації людей до нових соціальних умов життя, позитивного саморозвитку особистості [9].

Оскільки на початку XXI ст. відбулася остаточна переорієнтація молодіжної аудиторії на аудіовізуальну медіаінформацію, медіаосвіта стала актуальним напрямом в українській педагогіці. Основними її завданнями є: підготувати нове покоління до життя за сучасних інформаційних умов, до сприйняття різної інформації, навчити розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опанувати способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів [2].

Загальною метою медіаграмотності учнів є процес самостійного критичного осмислення ними різних медійних повідомлень. У зв'язку з цим одним із найважливіших завдань медіаосвіти є розвиток в учнів здатності до критичного аналізу. Текстові повідомлення на мобільному телефоні, пісня у стилі рок-музики, художні фільми або вечірні новини – все це ЗМІ, медіа. І якщо наші діти вже у школі навчаються розуміти те, що їм повідомляють, вони зможуть думати і приймати творчі рішення в майбутньому. Критичний аналіз ЗМІ – не професія, а спосіб зрозуміти сучасне життя.

Аналіз медіатексту трактується як метод дослідження повідомлення, викладеного в будь-якому вигляді та жанрі медіа (телепередачі, фільми, матеріали у пресі, сайті мережі Інтернет тощо) шляхом розгляду окремих його складових частин, художньої своєрідності з метою розвитку в аудиторії самостійних суджень, критичного мислення, естетичного смаку. Аналіз медіатекстів розглядається в тісному зв'язку з такими поняттями, як:

– *медіаграмотність* – уміння аналізувати та синтезувати просторово-часову реальність, вміння «читати» медіатекст;

– *медіавплив* – вплив медіатекстів на аудиторію: у сфері освіти та виховання, розвитку свідомості, формування поведінки, поглядів, реакцій, відгуків, поширення інформації тощо;

– *інтерпретація медіатексту* – процес перекладу медіаповідомлень мовою, яку сприймає індивід;

– *медіасприйняття* – сприйняття медіареальності, почуттів і думок авторів медіатексту тощо (причому аналіз медіатексту є логічним продовженням сформованості в аудиторії сприйняття творів медіакультури) [2].

Безумовно, медіатексти, створені різними засобами масової комунікації (ТВ, кінематографом, пресою, інтернетом тощо), мають специфічні технічні можливості та широкий спектр виразних засобів. Однак, з огляду на стійку тенденцію до інтеграції різного медійного матеріалу, а також на той факт, що сучасний адресат медіа, зазвичай, використовує кілька ЗМК (наприклад, одночасно є активним телеглядачем, радіослухачем, читачем преси тощо), ми не будемо зупинятися на специфічних особливостях аналізу медіатекстів різних видів і жанрів, а спробуємо розглянути основні процеси аналізу у контексті самостійного, критичного осмислення медіатексту загалом; тим більше, що постійно зростаючий потік медіаінформації вимагає від сучасного глядача, слухача, читача комплексного осмислення, виявлення естетичного і художнього значення медіатекстів, визначення їх потенційних можливостей для розвитку особистості тощо.

Таким чином, під критичним аналізом медіатексту ми пропонуємо розуміти розумовий процес виявлення властивостей і характеристик медіатвору загалом, його складових частин і елементів в контексті особистої, соціокультурної та авторської позиції, що передбачає повноцінне сприйняття медіатексту, вміння групувати факти, властивості та явища, класифікувати їх, розкривати його внутрішню структуру. Адекватний відбір інформації, його сприйняття, інтерпретація і рефлексія є основою для формування власних позицій стосовно медіатекстів, їх критичної та самостійної оцінки, що є основою для практичного застосування в подальшій діяльності.

Отже, критичний аналіз медіатексту – це складний розумовий процес, що вимагає від адресата медіа усвідомленої рефлексії, розпізнавання як окремих знакових частин тексту, переданого за допомогою ЗМК, так і його цілісного, контекстного відображення, а від педагога – систематичної та цілеспрямованої роботи.

О. Федоровим виявлено комплекс взаємопов'язаних показників оцінки медіатворів:

– емоційна включеність глядача, читача, користувача;

– емоційна активність суджень про медіатвори;

– оцінне почуття;

– уміння аналізувати медіатекст;

– образне мислення;

– уміння повідомити достатні норми спілкування із творами медіакультури для винесення оцінки [7, с. 67].

Такі положення вдало взаємодоповнюються тими вимогами, які пред'являють до учнів Ч. Темпл, К. Мередіт, Дж. Стіл, С. Уолтер [10, с. 123]:

- розвитком упевненості в собі та розуміння цінності власних думок та ідей;
- активною участю в освітньому процесі; шанобливим ставленням до чужої думки;
- готовністю як формулювати власні судження, так і утримуватися від них.

Для здійснення критичного аналізу медіатекстів учні повинні:

- підходити до аналізу будь-якої інформації з позиції загальнолюдських цінностей і моралі;
- навчитися відокремлювати факти від думок: факти можна перевірити, думки завжди суб'єктивні;
- навчитися бачити емоційну забарвленість пропонованої інформації, щоб відокремити емоції від фактів і не піддаватися емоційним впливам;
- розглядати різнобічно проблему, а не тільки з позиції автора, знаходити нові ракурси, з яких її ніхто ще не розглядав;
- встановлювати взаємозв'язок явищ;
- пов'язувати різні об'єкти;
- об'єднувати протилежності, намагаючись знайти додаткові аспекти розгляду проблеми;
- узагальнювати отриману інформацію і робити висновки, приймати рішення;
- вміти оцінити отриману інформацію за сукупністю проведеного аналізу;
- вміти прогнозувати наслідки прийнятого рішення [10, с. 128].

Для здійснення повноцінного критичного аналізу медіатексту учні повинні володіти комплексом таких умінь:

- *спостерігати*: цілеспрямовано сприймати отриману медіаінформацію, вміти групувати факти, властивості та явища, помічати в них схожість і відмінності, класифікувати їх;
- *пояснювати*: розкривати істотні властивості досліджуваного медіатексту, його внутрішньої структури та зв'язків з іншими об'єктами;
- *порівнювати*: зіставляти елементи медіатексту з метою виявлення подібності та відмінності між ними;
- *визначати*: вміти дати назву побаченим предметам і явищам;
- *асоціювати*: виділяти взаємозв'язок між елементами медіатексту, з'єднувати їх за принципом взаємодії;
- *робити висновки*: робити висновки на основі наявної інформації або фактів;
- *застосовувати*: використовувати отримані знання в повсякденних ситуаціях взаємодії з медіаінформацією [3, с. 92].

О. Федоровим запропоновані методичні прийоми, що використовуються при проблемному (критичному) аналізі медіатекстів:

– «просівання» інформації (аргументоване виділення істинного і помилкового в матеріалах преси, телебачення, радіо тощо, очищення інформації від «прикрас» і «ярликів» шляхом зіставлення з дійсними фактами тощо);

- зняття з інформації ореолу «типовості», «простонародності», «авторитетності»;
- критичний аналіз цілей, інтересів «агентства», тобто джерела інформації [7, с. 168].

Традиційно заняття починається зі вступного слова педагога, т. зв. «установки на сприйняття», в якому викладаються мета і завдання заняття, інформація про авторів медіатексту, включаючи короткий огляд їх творчості, роз'яснення процесу виконання того чи іншого завдання. Цей структурний компонент («виклик») здійснюється з метою активізувати аудиторію і сприяти її включеності в медіаосвітній процес.

Комунікативний етап («осмислення») зазвичай включає в себе безпосереднє сприйняття медіатексту або його частин; вільну дискусію з теми медійного матеріалу; проблемні питання, пропоновані педагогом; моделювання педагогічних ситуацій тощо.

І, нарешті, власне аналіз медіатексту («рефлексія») передбачає вирішення цілого комплексу завдань:

- вибір і детальний аналіз ключових епізодів (образів, ілюстрацій тощо);
- розуміння логіки «авторського мислення» (цілісне відтворення розвитку основних конфліктів, характерів, ідей тощо);
- виявлення оцінного ставлення аудиторії до цього медіатексту.

Відомо, що людина краще сприймає саме ту інформацію, яка їй більш цікава, найбільш відповідає її особистісним перевагам і установкам, цікава саме для неї тощо. Іншими словами, інформація сприймається людиною вибірково (селективно). Саме така характеристика сприйняття, як вибірковість, широко використовується сучасними медійними каналами. Наприклад, для того, щоб глядачі краще сприймали рекламу будь-якого товару, медіа намагаються подати його в привабливому вигляді. Підсилюючим фактором медіавпливу стають мовні (аудійні), візуальні або аудіовізуальні прийоми.

До мовних (аудійних) прийомів належать неодноразове повторення переваг (назви фірми, адреси тощо), використання слоганів (віршів, які легко запам'ятовуються, девізів тощо), музичного оформлення (певної мелодії або навіть гімну фірми тощо). До візуальних прийомів можна віднести показ товару в привабливому вигляді (гарна упаковка, яскраве оформлення тощо), використання додаткових візуальних стимулів (наприклад, приваблива дівчина на тлі рекламованого автомобіля), залучення історичних і міфологічних

(Царівна-жаба йде в салон краси і перетворюється на красуню тощо) [6, с. 237].

Такі прийоми відкривають широкі можливості (які розширюються одночасно з удосконаленням різних видів медіа та PR) для маніпуляції свідомістю глядача, слухача, користувача медіа. Розвиток критичного мислення неможливий без ознайомлення з «типovими цілями, методами і прийомами маніпулятивного медіавпливу, його соціально-психологічними механізмами, без проблемного аналізу інформації. Знаючи конкретні прийоми подібного впливу, учні зможуть критичніше сприймати будь-яку інформацію, що надходить каналами преси, телебачення, кінематографу, радіо, інтернету тощо.

Поняття «маніпуляція» відображає психологічний зміст реального соціально-психологічного феномена, що використовується як специфічний спосіб соціального управління на всіх рівнях взаємодії людей – від міжособистісного спілкування до масової комунікації і в різних організаційних формах інформаційного протистояння. *Сутність маніпуляції полягає у прихованому психологічному впливі на людину, тобто об'єкт маніпуляції не усвідомлює себе об'єктом зовнішнього контролю за його діями, поведінкою, реакціями тощо.* У нього з'являється певний стимул до модифікації своєї поведінки як такої, яка потрібна маніпулятору.

Медійна маніпуляція спирається на такі широко відомі фактори, як стандартизація, мозаїчність, серійність, фольклорність (сталість метафор, символів, щасливий фінал тощо). Використовуються два види механізмів роботи свідомості – ідентифікація (ототожнення, наслідування) і компенсація («проекція»).

Серед найбільш поширених прийомів медійних маніпуляцій виділяються:

– *оркестровка* – психологічний тиск у формі постійного повторення тих чи інших фактів незалежно від правди;

– *селекція (підтасовка)* – відбір певних тенденцій – наприклад, тільки позитивних або негативних, спотворення, перебільшення (применшення) тенденцій; прикрашання фактів;

– *приклеювання ярликів* (наприклад, обвинувальних, образливих тощо);

– *трансфер (проекція)* – перенесення будь-яких якостей (позитивних, негативних) на інше явище (або людини);

– *свідчення – посилання* (не обов'язково коректне) на авторитети з метою виправдати ту чи іншу дію, той чи інший лозунг;

– *гра у простонародність*, що включає, наприклад, максимально спрощену форму подачі інформації [1, с. 234].

Етапами маніпулятивного впливу, характерними для медіа, є:

1) *полегшення сприйняття*: руйнування в адресата наявних психологічних установок, бар'єрів до сприйняття подальшої інформації;

2) *привернення уваги і зацікавленість* до переданих повідомленням на основі некритичного сприйняття і засвоєння аудиторією отриманої інформації.

Здійснення цих етапів дозволяє ефективно впливати на масову свідомість з урахуванням готовності аудиторії сприйняти ту чи іншу інформацію. Найбільш схильні до маніпулятивного впливу діти і люди конформні, тобто ті, які прагнуть отримати інформацію про «правильну» поведінку, емоційно невірніважені особи, а також особи зі зниженою критичністю і підвищеною сугестивністю. Тобто ідеальною аудиторією, на яку ефективно впливають маніпулятивні прийоми, є люди, позбавлені критичного мислення стосовно медіатекстів, котрі не розуміють різниці між рекламою і розвагою. Ось чому дуже часто вплив медіатексту організований у вигляді калейдоскопа, мозаїки динамічної зміни ритмічно чітко організованих епізодів. Кожен із них не може тривати довго (щоб фактура не набридла глядачам), має певну інформативність, активно спирається на ефект компенсації, впливає на емоційно-інстинктивну сферу людської свідомості.

Висновки і пропозиції. Зростання зацікавленості до проблеми розвитку критичного мислення – як в освіті загалом, так і в медіапедагогіці зокрема – зумовлений одним із напрямів реалізації компетентнісного підходу в освіті, а саме становленням ключових компетентностей надпредметного характеру, до яких належать педагогічні техніки і технології формування умінь розуміння текстів, обробки різної інформації. Критичне мислення – складний феномен, пов'язаний зі світоглядом, ціннісними орієнтаціями, менталітетом як учня, так і вчителя. Розвинуте критичне мислення дозволяє людині сприймати, оцінювати, інтерпретувати медіаінформацію на рівні особистісного знання. Досягнення високого рівня аналізу медіатекстів здійснюється шляхом застосування різноманітних форм творчих занять з учнями: створення колажів, фотомонтажу, слайд-фільмів, кіно і відеострічок, радіопередач шкільної мережі, стінгазет тощо; проблемних, проектних, інтерактивних і евристичних завдань: обговорення, дискусії, презентації власних медійних проектів, тренінгових форм роботи тощо. Безперечно, вивчення технологічних прийомів розвитку критичного мислення саме по собі не може дати відчутних результатів. Набагато важливішим є творче використання цих прийомів для надання допомоги школярам застосувати ці знання у конкретній ситуації, скажімо, при перегляді медіатексту, виконанні творчого завдання, осмисленні проблеми тощо. В основу організації медіаосвітнього процесу, зокрема

з метою розвитку критичного мислення, повинні бути покладені принципи проблемного, проектного та інтерактивного навчання. Різноманітні методичні прийоми ґрунтуються на циклах (блоках, модулях) творчих та ігрових занять, що здійснюються в навчальній або позанавчальній діяльності. Це рольові, театралізовані та ситуативні ігри, підготовка і творча реалізація сценарних розробок тощо.

Список використаної літератури:

1. Баришполець О.Т., Найдьонова Л.А., Мироненко Г.В., Голубева О.Є., Різун В.В. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід. Київ : Міленіум. 2009. 440 с.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini/.
3. Медіаосвіта та медіаграмотність / ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, 2012. 352 с.
4. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 р. : Указ Президента України від 25 червня 2013 р. № 344/2013. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/344/2013/show/344/2013>.
5. Темпл Ч. Критическое мышление и критическая грамотность. *Перемена*. 2005. № 2. С. 15–20.
6. Фёдоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. 340 с.
7. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. Москва : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
8. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020): Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 р. : Проект. URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
9. Цифровізація освіти в дії. URL: <http://imzo.gov.ua/2017/11/01/tsyfrovizatsiya-osvity-ukrajiny-v-diji/>.
10. Lawrence D., Frederick H. Selected Critical Writings. Oxford University Press, 1998. 394 p.

Prykhodkina N. Development of media literacy of pupils: basic methods of critical analysis of media texts

Modern society, representing the society of information, the person dictates new requirements for the formation of the actual types of competences, acts as a socio-cultural situation of development of modern education. The need for information is included in a wide range of needs of the modern man and offers the public the necessity of identity in the information support of all kinds of human activity, determines the inclusion of the individual into the existing system of social information. It is possible to distinguish two main challenges facing the information society – the information deficit and information overload, which in turn actualizes the problem of formation and development of critical thinking in the context of preparing the younger generation for life in modern media conditions.

The development of the younger generation largely depends on the education system, its quality and concept, in connection with which media education is of particular relevance. In the article, the author writes about the need to develop critical thinking of pupils. It is about the development of skills to pose problems and questions, seek an explanation of incomprehensible information, analyze, interpret, evaluate media texts, find hidden meaning in them, and reveal manipulative possibilities. And this is only feasible to a media competent person. To carry out a full-fledged critical analysis of media text, students must possess a set of such skills: perceive media information, explain, compare, define media texts, highlight the relationship between elements of media text, connect them according to the principle of interaction; distinguish between fakes and truthful information. According to the author, the school is able to influence the process of media education of pupils of psychological and pedagogical direction of training, which for the successful implementation of their future professional activity is required, including the ability to work with the media. Being one of the most important participants in the educational process, the teacher in his professional activity needs to take into account the general trends in the development of media technologies since their impact promotes qualitative revision of the training content. The article presents the scientific understanding of the problems of the development of critical thinking under the impact of the mass media.

Key words: media text, media literacy, media information, manipulation, critical thinking, pupils.