

ПІДРУЧНИК У КОГНІТИВНОМУ ПРОСТОРІ ТУРБУЛЕНТНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

Бондаренко Неллі,

кандидат педагогічних наук,
старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник,
Інститут педагогіки НАПН України,
Київ, Україна

nelly.bondarenko@ukr.net

Інформація в історії розвитку цивілізації завжди відігравала визначальну роль як основа для прийняття рішень на всіх рівнях і етапах розвитку суспільства й держави. Інтеграція України до ЄС і НАТО потребує увідповіднення її стандартів,

зокрема і в інформаційній сфері. Інформаційний простір України трансформується в жорстких реаліях глобалізації, діджиталізації, війни і потребує захисту від дезінформації. Щоб здобути перемогу над Росією, Україна має захистити свій інформаційний суверенітет і перемогти у війні інформаційній.

А це актуалізує проблему відповідності шкільного продукту запитам інформаційного суспільства – опанування ключових життєвих навичок, зокрема медіаграмотності. Переобтяженням величезним обсягом доступної в мережі інформації учням складно зрозуміти, на чому зосередити свою увагу. Під впливом комп'ютерних технологій формуються особливий тип мислення – кліпове (фрагментарне, мозаїчне, піксельне, колажне, калейдоскопічне), «кліпова» свідомість. Це тим більш небезпечно, що сприймання й розбудова інформаційного простору молодим поколінням матиме істотний вплив на прийдешній розвиток України.

Інтернет, як потужна довідково-інформаційна система, є невичерпним джерелом потенційних освітніх ресурсів. З-поміж видів мотивації 81% користувачів інтернету надають перевагу пізнавальній, пов'язаній зі здобуванням нових знань. Однак постає запитання: «Якщо ми маємо стільки інформації, чому так мало знаємо?» Відповідь знаходиться у площині опанування медіаграмотності, від рівня якої залежить інформаційна безпека держави – невід'ємна складова національної безпеки, що надважливо в умовах війни. Водночас результати дослідження «Індекс медіаграмотності української аудиторії» свідчать, що медіаграмотність 15% українців є низькою, у третини (33%) вона нижча від середньої, 44% мають рівень вищий, ніж середній, і лише у 8% він високий. Освітній статус прямо корелюється з рівнем медіаграмотності.

У складному світі, насиченому різноманітною як корисною, так і некоректною інформацією з різних джерел, учнівству логістично все важче здобувати знання. Щоб зберегти конкурентоздатність, підручник має стати цікавим співрозмовником, який інтелектуально розвиває і збагачує учнівство, супроводжуючи його у світі інформації. Несистемна інформатизація освітнього середовища небезпечна ризиком «втрати творчої культурно-генеруючої здатності цілих поколінь», якщо комп'ютерні навички користувача (які створюють ілюзію доступності пізнавальних дій) не супроводжуються логічним осмисленням, операціоналізацією, засвоєнням теорії, що становить ядро предметних галузей, широкою культурною асоціативністю у сприйманні й розумінні суспільних і життєвих процесів, живим спілкуванням з педагогом (Бахтіна, 2011).

А це актуалізує потребу постійно поповнювати свої знання, проблему формування в учнів національної ідентичності, усталеної системи цінностей, читацької компетентності, системного і критичного мислення, інформаційної культури у контексті медіаграмотності. Сучасні інфокомунікаційні технології радикально змінюють форму представлення навчального знання, і за рахунок цього трансформується його зміст. Педагоги-предметники інтегрують Усемережжя в освітній процес, упаралелюючи й гармонізуючи його використання з традиційними засобами навчання.

Оптимальним засобом збагачення й осучаснення змісту навчання в режимі реального часу є медіатекст, який ефективно доповнює традиційний підручник (Бондаренко, 2021). До медійного навчального матеріалу та його подання ставлять такі вимоги: но-

визна, актуальність, унаочненість, достатність, повнота, структурованість, багатшаровість за рівнем складності, своєчасність і повнота запитань, протоколювання дій у процесі роботи, інтерактивність, можливості вибору режиму роботи з навчальним матеріалом тощо. Добір і побудова медіатекстів на засадах уміжпредметнення помножує їх навчальний ефект (Бондаренко, 2021). Важлива наявність у змісті кожного шкільного предмета основної, інваріантної, та варіативної частин, які можуть і повинні корегуватися. Слід дотримуватися збалансованості когнітивного навантаження й оптимального поєднання навчального матеріалу на різних рівнях представлення з урахуванням попередньої підготовленості учнів.

Насамперед важливо визначитися, яка інформація має домінувати в підручниках, яка – становити його ядро, а яка – удругоряднюватися. Головний редактор газети «День» Лариса Івшина нарікає, що багато хто з майбутніх журналістів не знає, хто такий Петро Григоренко, і констатує: «саме те, що потрібно знати найперше, знаходиться на периферії. А ці знання нам потрібні, особливо для молоді, тому що ми боремося з тим самим ворогом, який ще складніший для розуміння, ніж був радянський союз. Україна не росія, і це вже не сенсація, а от відкриттям для багатьох стало те, що росія – не Русь. Україна – це зусилля з освоєння нових знань, щоб бути активними в інформаційних атаках. Ми не можемо бути активними без знань, без опанування науки творення історії, яка творить прийдешнє з матеріалу замовника, а замовник – це ми. З чого творитимемо майбутнє? З людей, які мають тільки уявлення про себе, а насправді нічого не знають, не мають необхідного набору якостей? Тому нам потрібні якісні зміни» (Поліщук, 2019).

З огляду на уреаальнення європейської і євроатлантичної перспектив актуалізувалася проблема створення й утвердження правдивого образу, позитивного іміджу і високої репутації в сучасному світі України, яка ціною життів найкращих виборює свободу для всього людства. Образ України за кордоном складається з цілої низки пазлів, і слід визнати: російські зміщення історичних акцентів і реального стану справ істотно його спотворили. Згідно з дослідженнями Українського інституту, перелік усталених і поточних асоціацій з Україною вичерпується такими поняттями як війна, росія, Шевченко (Андрій, а не Тарас), брати Клички, вишиванка, смачна їжа, гарні жінки, Чорнобиль. Генеральний директор Українського інституту Володимир Шейко переконаний, що за кордоном Україна може й повинна складатися у значно об'ємніший і цікавіший пазл (Чадюк, 2020, с. 29).

В умовах війни російські фейки спрямовані на створення негативного іміджу України загалом і її Збройних Сил зокрема. Така псевдоінформація розрахована на безлику не ідентифіковану особу, яка не має національної тожсамості, розуміння того, хто вона за національністю і громадянством. Тому посилену увагу в когнітивному просторі підручника слід приділити інформації, що забезпечує формування в учнів національної самоідентичності й адекватного образу власної Батьківщини.

Україна має окреслити те інформаційне середовище, у якому доведеться працювати, щоб увідповіднити реаліям свій образ. Розвиток і підтримка української мови, історіософії і культури мають бути стратегічним імперативом внутрішньої і зовнішньої політики. І визначальним у цьому є освітній сегмент.

Надання нашій країні статусу кандидата в ЄС, активізація євроінтеграційних процесів зобов'язують науковців з'ясувати, з яких джерел і як саме формується уявлення європейців про Україну в її історичній і культурній вертикалі й горизонталі; про українців та їх сприймання у світі; про роль Української держави у світових процесах; віднайти «поцуплені» пазли, виявити й заповнити прогалини в українській мові, історії, культурі, освіті; скласти, сформулювати і представити в підручниках і ЗМІ адекватний образ України з урахуванням її внутрішнього самоосмислення, розуміння свого місця й ролі в світі у контексті сучасний реалій, уроків історії, осмислених і виправлених історичних помилок, щоб надалі не повторювати їх. Корекцію і збагачення образу України для автентизації його у європейців уможливить дослідження того, як представлено Україну – давню й сучасну – й українців у підручниках країн Європейського Союзу і в свідомості його громадян.

Неабияке значення має і форма подання медіаінформації та її емоційне тло, що відіграє вирішальну роль у боротьбі з російськими фейками. Пропонуючи рецепти боротьби проти деструктивного впливу Росії в інформаційній площині, однією з особливостей зумисної російської дезінформації експерти називають її ґрунтування на емоційному впливі. Такі фейки зазвичай побудовані на сюжетах, пов'язаних із базовими людськими цінностями й потребами, які стосуються кожного. Це питання війни і миру, здоров'я, добробуту, прийдешнього. Тому важливу роль відіграє емоційний контекст, емоційне тло інформації, передаваної різними ЗМІ, який або сприяє кращому засвоєнню знань і способів розв'язання проблем, або створює відчуття дискомфорту. Щодо емоційного сприймання інформації, то учні відчувають задоволення, одержавши відомості, необхідні для розв'язання різних життєвих проблем (прагматичний ефект); які прямо чи опосередковано утверджують цінності соціальної групи, до якої належить або зараховує себе особа (ефект престижності); підтримують її думку щодо якогось спірного питання (ефект посилення позиції); збагачують новими знаннями (ефект задоволення пізнавального інтересу); збагачують естетично (емоційний ефект) тощо. Інформація в підручнику й залучених медіаресурсах має містити меседжі, які стабілізують особистість і суспільство загалом, що надважливо в умовах війни: «Я не сам/сама – Україна єдина – Світ з Україною» (Харченко, 2022, с. 28).

Список використаних джерел

- Бахтіна, Г. П. (2011). Інформатизація та проблема «кліпового мислення». <https://kpi.ua/1102-7>.
- Бондаренко, Н. В. (2021). Ресурсний потенціал уміжпредметнення у компетентнісному навчанні мови. *International scientific innovations in human life. Proceedings of the 1st International scientific and practical conference*. Cognum Publishing House. Manchester, United Kingdom, 107–116.
- Бондаренко, Н. В. (2021). Медіатекст як ресурс осучаснення й збагачення змісту підручника української мови. *Проблеми сучасного підручника*, 27, 15–26.
- Поліщук, А. (2019, 27–28 грудня). Наш шанс – це нове «вірусостійке» покоління. *День*, (238–239), 4–5.
- Харченко, О. (2022, 18–19 лютого). Як медіа можуть допомагати народу в кризові часи? *День*, (11–12), 25, 28–29.
- Чадюк, М. (2020, 18–19 грудня). «Позитивні наративи – єдиний спосіб протистояти пропаганді». *День*, (240–241), 29.