

ВАЖЛИВІСТЬ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА ПРОЯВУ ІНІЦІАТИВИ ДЛЯ БЛАГОПОЛУЧЧЯ КОЖНОГО ГРОМАДЯНИНА

Лебідь О. М.; старша викладачка, кафедра методики професійної освіти та соціально-гуманітарних дисциплін, студентка магістратури Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти, майстер виробничого навчання Державного навчального закладу "Буцький політехнічний професійний ліцей", смт Буки

Наша держава, починаючи з 2016 року, проводила на рівні влади багато експериментів в системі освіти, направлених на медіаграмотність. Україна одна із перших пострадянських держав, які займались таким питанням.

Україна — одна з небагатьох пострадянських країн, де не лише громадський сектор, але й держава робить певні кроки в напрямі медіаосвіти. Кроки ці, щоправда, недостатньо координовані і традиційно з майже нульовим фінансуванням. Однак завдяки ентузіазму й мотивації великої кількості педагогів процес упровадження медіаосвіти рухається.[1]

Не зважаючи на те, що ми намагаємось рухатись у напрямку європейської інтеграції, наш менталітет значно відрізняється від менталітету народів європейських країн, особливо тих, що далі на Захід від нас, проте які є більш розвинутими в економічному плані. А багато із цих країн, щодо яких існує стереотип, що вони «більш розвинуті» взагалі не відповідають рівню цифровізації, що є у нас. Ми також відрізняємось від північно-східних сусідів, яких ми вважали братами, але тепер ми – вороги. Ми не схожі, ні на Європу, ані на Росію, ми – унікальні, знаходимось на границі двох різних цивілізацій, тому, можливо, війна саме на нашій території. Ми не повинні намагатись бути на когось схожими, проте не цуратись чужих ідей, якщо вони принесуть нам користь, навіть якщо це ідеї ворогів. Не вся європейська практика ідеально підійде Україні і навпаки, не всі радянські стандарти є однозначно поганими. Тому Україна рухається своїм шляхом, оглядаючись на інших, проте формує свою стратегію розвитку.

Медіаграмотність в навчальних закладах повинна враховувати брудні інформаційні війни. Багато українських журналістів підхоплюють ворожі наративи, помилково розповсюджуючи неправильну інформацію, або просто бажають більше заробити, і їм також не можна вірити. На фоні бойових дій така проблема стоїть гостро.

Держава – це ми. Тому, окрім владної ініціативи, впровадження інновацій, а з ними – поширення медіаграмотності, має бути ініціатива від учасників навчального процесу, керівництва навчальних закладів, громади, батьків, всіх зацікавлених осіб. Державні органи створюють закони і просять про зворотній зв'язок. Ми ж розуміємо, що той, хто створює закон, не може його на собі перевірити, бо він не працює в сфері, для якої створює цей закон, а зайнятий лише створенням цих законів, і все. Отже, будьмо активними, і якщо нам щось не підходить, ми обов'язково про це повинні говорити, із ціллю, що наші побажання будуть враховані, а також пропонувати покращення, а не просто розповсюджувати конфлікти і у так нестабільній ситуації.

Освітніми інноваціями є новостворені або вдосконалені освітні, навчальні, виховні, психолого-педагогічні та управлінські технології, методи, моделі й рішення в галузі освіти, що підвищують ефективність навчання. Експериментом є комплексний метод дослідження, який забезпечує перевірку висунутої на початку гіпотези й дозволяє з'ясувати умови, потрібні для втілення пропонованої інновації. [1]

В результаті таких експериментів з освітніми інноваціями, у навчальний процес запроваджується медіаграмотність, як результат частини освітнього процесу – медіаосвіти. Перш за все, необхідно навчати педагогів. Педагоги і керівники навчальних закладів повинні розуміти, наскільки важлива медіаграмотність їх, їх підопічних, клієнтів, особливо у стані війни. Багато працівників навчальних закладів звикли чекати команду зверху і не проявляти ініціативу. Іноді важко розробляти свої ідеї і подавати покращення. Проте ми маємо потреби, на робочому місці існують певні проблеми, вирішення яких може знати тільки та людина, яка безпосередньо в цей виробничий процес залучена, і

чий потреби не задоволені. В пострадянському світі існує велика кількість людей, які привчені до того, що за ініціативу часто карають. А за неї і будуть карати ті, хто нічого не хоче робити, і працюватиме лише на загнивання нашої держави. Проти таких треба боротись в усі часи.

Медіаграмотність – рівень медіакультури, який передбачає безпечне користування сучасними засобами мас-медіа (ЗМІ) та свідоме й критичне сприйняття інформації з різних джерел. Медіаграмотність формується у процесі медіаосвіти, тобто є результатом медіаосвіти. Медіаосвіта – частина освітнього процесу, що спрямована на формування медіаграмотності та медіакультури, підготовку особистості до безпечного та ефективного користування сучасною системою мас-медіа з урахуванням розвитку інформаційно-цифрових технологій (ІЦТ). [2]

Як медіаграмотність допоможе виховувати свідомих громадян, які не піддаються брехні? Вона навчить, як сприймати інформацію з медіа не через фальшиву призму, яку створили автори. Часто інформація в медіа містить штучно сконструйовану реальність. Медіа намагається сформувати певне відношення до об'єкта у глядачів, налаштувати їх за чи проти певного явища, завдання медіаграмотності – навчити не піддаватись таким емоційним закликам. Медіа переслідує певні цілі. Всі хочуть мати вигоду і користь, а не просто «врятувати світ від брехні», «відкрити всім очі», як вони можуть повідомляти. Безкорисних цілей не буває, бо безкорисливі давно вмерли від голоду, а безкоштовно все тільки у пастці. Можливо вижити, коли все суспільство безкорисливе, але то є утопія. Таку утопію намагались створити, коли говорили про комунізм. В результаті комуністами назвались терористи, створивши радянський союз, убивці, які зробили «розкуркулення» роботящих людей, і до цього слова тепер є відраза. Хоча сам комунізм ніколи не існував: от приклад низької медіаграмотності у населення.

Особи, які здобули медіаграмотність, завжди інтерпретують інформацію, яку отримують, згідно свого досвіду. Вони не ставляться упереджено до групи осіб, тому що так сказало медіа, а думають, чи не траплялась схожа ситуація з ними, і не було перекручене сприйняття, бо комусь так було вигідно. Вони

дивляться на ситуацію з іншого боку, так, як їм показує досвід. Такі люди є добре соціалізовані, вони багато часу проводять в колективі, на роботі, у різних активних групах. Що стосується людей, які часто проводять час в чотирьох стінах, з різних причин, вони не мають такого досвіду, і приймають все так, як говорить телевізор чи новини в інтернеті. Що ми можемо спостерігати у росіян: безробіття і геноцид там призводить до того, що телевізор – це єдиний їх соціальний досвід, а у багатьох немає навіть інтернету, вони ізольовані від цифрового та сучасного соціального розвитку.

Медіаграмотність означає, що людина розуміє, коли сприймає медіапродукт, що він створений для того, щоб принести комусь прибуток. Необхідно про це не забувати, і тоді матеріал сприймається як такий, що може бути суб'єктивним, а не істина в останній інстанції. Критика у медіа може бути направлена на конкурентів. Наприклад, як трапляється з ГМО: продукти ГМО проклиналися всіма медіа як такі, що можуть знищити того, хто їх споживає і весь їх рід. Чому? Їх шкідливість не доведена. Проте перехід на ГМО зробив би їжу більш дешевою, а теперішні виробники залишилися би без прибутку. Якби населення було більш медіаграмотне, воно б розуміло, що при розщепленні в шлунку продукт ГМО розкладається на ті ж молекули, що і звичайний продукт. А вкиди були зроблені, щоб загальмувати розвиток і стрибок науки вперед, і щоб нинішні виробники залишалися такими ж магнатами. Теперішні виробники годують тварин такими хімічними речовинами, які, можливо, є більш шкідливими, аніж ГМО. Тому запровадження медіаграмотності в навчальних закладах дуже важливе: ми бачимо, що вона просуне технологічний прогрес вперед.

Що стосується «моди» чи людей, «які не мають смаку». Це також помилка відсутності медіаграмотності. Навіщо виробник одягу або косметики буде підлаштовуватись під великий спектр смаків, коли він може в журналі чи по телебаченню пустити наратив що «такий вигляд є без смаку, а така косметика – тепер не в моді». Немає людей «без смаку», у кожного свій смак, медіаграмотні особи пам'ятають це.

Очікувані результати від запровадження медіаграмотності: посилення медіаімунітету — спроможності протистояти агресивному медіа середовищу та зберігати психологічний комфорт при споживанні медіапродукції; уміння обирати необхідну інформацію, оминати інформаційне «сміття», досягати власної мети та особистого успіху з медіа; спроможність критично мислити, свідомо споживати медіа продукцію, осмислювати власні медіа потреби, адекватно оцінювати та тлумачити інформацію; здатність до медіаторчості, до компетентного і здорового особистісного самовираження; розвиток візуальної, музичної медіакультури, естетичних смаків щодо форм мистецтва, сучасних напрямів медіа арту; культура комунікації у соціальних мережах; покращення між особових стосунків та приязності соціального середовища.[3]

Отже, медіаграмотність є дуже важливою для майбутнього нашої держави. Вона формуватиме незалежних від чужої думки свідомих громадян, задоволених собою, дозволить розвиватися людям з широким спектром різноманітних смаків і навіть просуне технологічний прогрес.

Список використаних джерел

1. Що таке експеримент із медіаосвіти в Україні: 15 запитань та відповідей. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/20202/2017-12-18-shcho-take-eksperyment-iz-mediaosvity-v-ukraini-15-zapytan-ta-vidpovidey/> (дата доступу 10.06.2024).
2. Медіаграмотність і Медіаосвіта. URL: <https://mediagramotnistvosviti.blogspot.com/2018/10/blog-post.html> (дата доступу 10.06.2024).
3. Презентація “Система формування медіаграмотності учасників освітнього процесу позашкільного закладу”. URL: <https://naurok.com.ua/prezentaciya-sistema-formuvannya-mediagramotnosti-uchasnikiv-osvitnogo-procesu-pozashkilnogo-zakladu-365368.html> (дата доступу 10.06.2024)