

**I. А. Власенко**

кандидат психологічних наук,  
старший викладач кафедри загальної,  
вікової та педагогічної психології  
Київський університет імені Бориса Грінченка

**М. С. Олійник**

магістрант кафедри загальної,  
вікової та педагогічної психології,  
Інститут людини Київського університету імені Бориса Грінченка

**ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ СТУДЕНТІВ:  
ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ**

*У статті подано аналіз проблеми медіаграмотності студентів у зв'язку з необхідністю їх орієнтування в інформаційному просторі, ухвалення раціональних і швидких рішень. Зазначено, що медіаграмотність є частиною медіакультури особистості. Представлено програму формування медіаграмотності студентів в умовах закладу вищої освіти. Зазначена програма спрямована на усвідомлення впливу засобів масової інформації на людину, формування та закріплення навичок пошуку і критичного аналізу матеріалів масмедіа.*

**Ключові слова:** медіаграмотність, навички, критичне мислення, студенти, показники медіаграмотності.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток інформаційних технологій зробив сприйняття світу людиною значною мірою залежним від того, як його подають у засобах масової інформації. Високий рівень споживання масмедіа та насиченість суспільства їхніми продуктами свідчить про актуальність проблеми набуття системи знань і практичних умінь для орієнтації в інформаційному просторі: адекватного сприймання, критичного мислення, здатності до аналізу, формування активної позиції особистості.

Наразі важливою є проблема підготовки молоді, зокрема студентів, до практичної діяльності в умовах інформаційного суспільства. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту та життєдіяльність молодого покоління. Невміння індивіда критично сприймати й аналізувати інформацію негативно впливає на його емоційну, вольову, когнітивну сферу, відкриває простір для маніпуляцій свідомістю. Формування медіаграмотності можемо розглядати як психологічний аспект зміцнення психічного здоров'я студентів та чинник орієнтування в сучасному інформаційному просторі.

**Аналіз останніх публікацій.** Дослідженню проблеми формування медіаграмотності та медіакомпетентності присвячено праці С. Ауфенангера, Р. К'юбі [20], Н. Змановської [2], Н. Кирилової [5–6], О. Федорова [15–16], Н. Хлизової [17], Н. Чичериної [18] та інших. Різні аспекти медіаосвіти та медіаграмотності досліджували О. Баранов, М. Гриневич, І. Жилавська, Л. Зазнобіна, О. Шариков [19] та інші. Педагогічні умови формування медіаграмот-

ності висвітлено в роботах С. Іць, Ю. Казакова [3], Г. Майбороди [10], О. Федорова [15–16] та інших.

Медіаграмотність є важливою компетенцією людини в інформаційному суспільстві, оскільки сучасний конкурентоспроможний фахівець повинен уміти швидко та раціонально вирішувати в умовах великого обсягу інформації та загальної віртуалізації соціального середовища.

2010 р. схвалено Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні. Згідно з Концепцією, медіаосвітою вважається частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа. Наразі триває етап поступового укорінення медіаосвіти та стандартизації її змісту (2017–2020 рр.).

Медіаосвіта наразі розглядається як процес розвитку особистості за допомогою та на матеріалі засобів масової інформації (далі – ЗМІ) з метою формування культури спілкування, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, вміння повною мірою сприймати, інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіатексти, навчати різним формам самовираження за допомогою медіатехніки [14]. Результатом медіаосвіти є формування медіаграмотності.

С. Бойко обґрунтовує необхідність медіаграмотності як складника професійної компетентності сучасного психолога [1]. Автор підкреслює, що в Україні останнім часом зроблено певні кроки щодо розгортання медіаосвіти: засновано Інститут медіаекології, інтернет-видання «Телекритика»

запровадило сайт «Медіаграмотність»; в Інституті соціальної та політичної психології НАПН України створено лабораторію психології масової комунікації та медіаосвіти.

На думку Ю. Казакова, у вищих навчальних закладах України нині наявні суперечності між: стрімким поширенням масової культури та несформованістю в молодіжній аудиторії навичок критичного сприйняття медіатекстів; визнанням ролі та значення медіакультури, медіаосвіти в процесі загальноосвітньої та професійної підготовки людини та недостатньою увагою до використання медіаосвіти в навчальних закладах України; соціальним замовленням вищої школи на підготовку фахівця, здатного орієнтуватися в сучасному медійному просторі, використовувати можливості ЗМІ для професійного розвитку, і реальним рівнем надання медіаосвіти в навчальних закладах [3].

Погоджуємося з думкою Г. Майбороди, М. Матвійчук [9] щодо необхідності вдосконалення моделей, програм, методик, форм проведення занять зі студентами на матеріалі медіа як однієї з необхідних умов ефективного розвитку медіаосвіти. На підставі аналізу літератури ми дійшли висновку, що проблема впровадження інтерактивних методів і форм роботи з формування медіаграмотності студентів висвітлена недостатньо.

**Мета статті** – розроблення програми формування медіаграмотності студентів в умовах закладу вищої освіти. Завдання – провести аналіз проблеми медіаграмотності та представити програму формування медіаграмотності студентів.

**Виклад основного матеріалу.** Один з авторитетних медіапедагогів і теоретиків медіа Л. Мастерман обґрунтував сім причин пріоритетності та актуальності медіаосвіти в сучасному світі:

1. Високий рівень споживання медіа та насиченості сучасних товариств засобами масової інформації.

2. Ідеологічна важливість медіа й їхнього впливу як галузі промисловості на свідомість аудиторії.

3. Швидке зростання кількості медійної інформації, посилення механізмів управління нею та її поширення.

4. Інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси.

5. Підвищення значущості візуальної комунікації та інформації в усіх сферах.

6. Необхідність навчання школярів / студентів з орієнтацією на відповідність майбутнім вимогам.

7. Наростання національних і міжнародних процесів приватизації інформації [21].

Н. Кирилова мету медіаосвіти вбачає у формуванні медіакультури особистості, тобто здатності до активного, осмисленого засвоєння медійного змісту, заснованого на знаннях про сутність, специфіку і цілі масових комунікацій [6].

Зазначимо, що в деяких дослідників немає чіткого розмежування понять «медіаграмотність» та «медіакомпетентність». Так, Р. К'юбі вживає терміни «медіакомпетентність» і «медіаграмотність» як синоніми та визначає їх як здатність використовувати, аналізувати, оцінювати і передавати повідомлення в різноманітних формах [20]. Н. Чичеріна медіаграмотність розуміє як здатність людини адекватно взаємодіяти з потоками медіаінформації в глобальному інформаційному просторі [18].

Російський спеціаліст із медіаосвіти О. Федоров зазначає, що медіакомпетентність більш точно, ніж медіаграмотність, визначає суть наявних в індивіда вмій використовувати, критично аналізувати, оцінювати і передавати медіатексти в різних видах, формах і жанрах, аналізувати складні процеси функціонування медіа в соціумі [15].

На основі аналізу підходів вітчизняних і закордонних авторів нами зроблено висновок про відсутність загальноприйнятого визначення поняття «медіаграмотність». Ми поділяємо думку Н. Чичеріної та вважаємо, що медіаграмотність – це здатність здійснювати пошук, критично сприймати, аналізувати, оцінювати та формувати особисту позицію щодо інформаційного повідомлення. Результатом медіаосвіти вважаємо формування медіаграмотності.

На підставі узагальнення теоретичних та практичних надбань українських і закордонних дослідників [6–12; 14–16; 18; 19] нами розроблено програму формування медіаграмотності студентів «Я – медіаграмотний» у формі тренінгу. Вона спрямована на активізацію критичного сприйняття, аналізу та перевірки інформації, що надходить з різних видів медіа, на рефлексію учасників щодо власного досвіду. Програму апробовано зі студентами Інституту людини Київського університету імені Бориса Грінченка.

Базовими в процесі розроблення програми були ідеї суб'єктного підходу [13], згідно з якими суб'єкт здатний до саморегуляції та самоорганізації. Тому студент розглядається як свідомо і відповідальна особистість, здатна осмислено сприймати медійний простір, здійснювати усвідомлений вибір, брати на себе відповідальність за наслідки такого вибору. Також ми опирались на теоретичні положення про формування медіакомпетентності шляхом вдосконалення системи її показників [15], про розвиток критичності мислення як складника медіаграмотності [18], ознайомлення з маніпулятивними прийомами, які використовують засоби масмедіа, для послаблення їхнього впливу [4], про ефективність використання методів активного соціально-психологічного навчання [12].

В основу тренінгової програми покладена класифікація показників медіакомпетентності за О. Федоровим. Автор пропонує такі показники:

мотиваційний, контактний, інформаційний, перцептивний, інтерпретаційний, операційний/оцінний, креативний [15].

У розробленій нами програмі критеріями медіаграмотності студентів і відповідними показниками є: мотиваційний, контактний, інформаційний, перцептивний та інтерпретаційний. Нами обрано згадані показники для того, щоб визначити мотиви, частоту контактів учасників із медіатекстами, знання термінології медіакультури, розуміння процесу масової комунікації і медійних впливів у контексті реального світу, здатність людини до сприйняття медіатекстів, уміння інтерпретувати й аналізувати їх на основі певного рівня медіасприймання.

Представимо структуру розробленої програми. Тренінгова програма для студентів складається із трьох блоків та розрахована на 12 годин (6 занять по 2 години). Блоки спрямовані на усвідомлення впливу засобів масової інформації на людину, формування навичок пошуку і критичного аналізу матеріалів масмедіа та закріплення відповідних навичок. Нами визначено завдання: проаналізувати власний медіапростір учасників; навчити їх розрізняти та виявляти інформування, пропаганду, маніпуляції, фейк, джинси, рекламу в ЗМІ; визначати замовний та неправдивий матеріал у ЗМІ; відпрацювати навички критичного сприйняття інформації, критичного аналізу інформаційного повідомлення, виявлення маніпуляцій ЗМІ і протистояння їхньому впливу, оцінювання окремих медіатекстів.

Блок «Я – знаю» орієнтований на усвідомлення студентами впливу засобів масової інформації на особистість.

Завдання блоку:

1. Розширити знання про медіаграмотність.
2. Визначити компетенції медіаграмотної людини.
3. Проаналізувати власний медіапростір.
4. Розширити знання про стандарти роботи медіа та наслідки в разі їх недотримання.
5. Проінформувати про принципи та критерії створення новин.
6. Ознайомити з основними принципами медіаграмотності.

У блоці опрацьовуються інформаційний, контактний та мотиваційний показники медіаграмотності. За допомогою мозкового штурму, групових дискусій, практичних вправ ми визначаємо мотиви та частоту контактів студентів із засобами масової інформації. Міні-лекції, інформування, узагальнення сприяють поглибленню знань термінології з медіаграмотності, усвідомленню стандартів і принципів роботи медіа.

Блок «Я – вмю» спрямований на розширення обізнаності учасників щодо особливостей пропаганди, маніпуляцій, фейків і джинси в засобах масової інформації.

Завдання блоку:

1. Надати визначення й перелічити ознаки пропаганди, маніпуляцій, фейків і джинси.
2. Сприяти усвідомленню відмінності інформації та пропаганди.
3. Проінформувати про ознаки та види маніпуляцій у ЗМІ.
4. Сформувати вміння визначати нейтральність тексту.
5. Сприяти формуванню навички критичного аналізу відеоматеріалу.
6. Проінформувати про ознаки та види джинси в ЗМІ.
7. Сприяти усвідомленню відмінностей джинси та реклами.
8. Сформувати вміння визначати замовний та неправдивий матеріал у ЗМІ.

Використовуючи інформування, письмові практики, мозковий штурм, моделювання ситуацій, аналіз і групові обговорення статей, фото- та відеоматеріалу, ми створюємо умови для поглиблення теоретичних знань і практичних умінь щодо розрізнення маніпулятивних, пропагандистських технік, неправдивих та замовних матеріалів. Зазначимо, що цей блок спрямований на здатність сприймати, аналізувати й інтерпретувати медіатексти.

Блок «Я – можу» має на меті сприяти узагальненню набутих знань щодо розрізнення пропаганди, маніпуляцій, фейків, джинси та закріпити навички пошуку та критичного аналізу інформаційних повідомлень.

Завдання блоку:

1. Розробити таблицю про особливості пропаганди, маніпуляцій, джинси, фейків у засобах масової інформації
2. Створити алгоритм перевірки інформації ЗМІ за різними джерелами.
3. Сприяти пошуку та критичному аналізу інформаційних повідомлень.
4. Відпрацювати навички розрізнення пропаганди, маніпуляцій, фейків, джинси в інформаційних повідомленнях.

У блоці опрацьовуються перцептивний та інтерпретаційний показники медіаграмотності. Створення студентами власної схеми аналізу медіатекстів, самостійний підбір матеріалу, що містить маніпулятивні техніки, пропагандистські заклики, неправдиву або замовну інформацію, осмислення власного досвіду сприяють закріпленню навичок критичного сприйняття, аналізу та відбору якісних медіаповідомлень.

Зазначимо, що програму вибудовано з використанням методів групових дискусій, моделювання ситуацій, рефлексивних технік, мозкового штурму, міні-лекцій, письмових практик, аналізу медіаповідомлень тощо. Відповідні методи сприяють активізації студентів, підвищенню рівня зацікавленості та вмотивованості на роботу.

**Висновки.** У сучасному інформаційному світі вкрай актуальне впровадження медіаосвіти. Результатом медіаосвіти є формування медіаграмотності, що визначається як здатність здійснювати пошук, критично сприймати, аналізувати, оцінювати та формувати особисту позицію щодо інформаційного повідомлення.

Представлено програму формування медіаграмотності студентів, що спрямована на активізацію критичного сприйняття, аналізу та перевірки інформації, що надходить із різних видів медіа, рефлексію досвіду учасників. Програму побудовано з використанням методів групових дискусій, моделювання ситуацій, рефлексивних технік, мозкового штурму, міні-лекцій, аналізу медіаповідомлень тощо. Перспективами подальших розвідок є оцінка ефективності даної програми, створення програм, спрямованих на формування медіаграмотності для фахівців різних професійних груп.

#### Література:

1. Бойко С. Медіаосвіта як складова професійної компетентності психолога в інформаційному суспільстві. URL: <http://www.psyh.kiev.ua/> Бойко С. Т. Медіа-освіта як складова професійної компетентності психолога в інформаційному суспільстві.
2. Змановская Н. Формирование медиаобразованности будущих учителей: дисс. ... канд. пед. наук. Иркутск, 2004. 152 с.
3. Казаков Ю. Педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Луганськ, 2007. 23 с.
4. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2004. 864 с.
5. Кириллова Н. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический проект, 2005. 448 с.
6. Кириллова Н. От медиаобразования – к медиакультуре. Медиаобразование. 2005. №5. С. 40–44.
7. Media Navigator. URL: <https://medianavigator.org>.
8. Медиаграмотність для громадян. URL: <http://irex.mocotms.com>.
9. Медиадрайвер. URL: <http://mediadrivеr.online>.
10. Медіаосвіта соціальних педагогів: навч.-метод. посіб. / авт.-уклад.: Г. Майборода, М. Матвійчук. Черкаси: ФОП Є.І. Гордієнко, 2014. 90 с.
11. Новинна грамотність. URL: <http://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22>.
12. Рубинштейн С. Человек и мир. М.: Наука, 1997. 191 с.
13. Петровская Л. Общение – компетентность – тренинг. Избранные труды. М.: Смысл, 2007. 387 с.
14. Сулім А. Медіакомпетентність як результат упровадження медіаосвіти. Вісник Харківського Національного університету ім. В. Каразіна. 2011. Вип. 3. № 968. С. 26–29.
15. Федоров А. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Информация для всех, 2007. 616 с.
16. Федоров А. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: ЦВВР, 2001. 708 с.
17. Хлызова Н. Медиаобразование и медиакомпетентность в эпоху информационного общества. URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/342/image/342-188.pdf>.
18. Чичерина Н. Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медиатекстов: автореф. дис. ... докт. пед. наук. СПб., 2008. 50 с.
19. Шариков А. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. 66 с.
20. Kubey R. Media Literacy in the Information Age. New Brunswick. 1997. 484 p.
21. Masterman L. Teaching the Media. London: Comedia Publishing Group, 1985. 341 p.

#### **Власенко И. А., Олейник М. С. Формирование медиаграмотности студентов: практический аспект**

*В статье представлен анализ проблемы медиаграмотности студентов в связи с необходимостью их ориентирования в информационном пространстве и принятия рациональных и быстрых решений. Отмечено, что медиаграмотность является частью медиакультуры личности. Представлена программа формирования медиаграмотности студентов в условиях высшего учебного учреждения. Данная программа направлена на осознание влияния средств массовой информации на человека, формирование и закрепление навыков поиска и критического анализа материалов массмедиа.*

**Ключевые слова:** медиаграмотность, навыки, критическое мышление, студенты, показатели медиаграмотности.

#### **Vlasenko I. A., Oliynyk M. S. Students' media literacy forming: practical aspect**

*The problem of media literacy is analyzed in the article. Media literacy is defined as an essential part of media culture. Media literacy forming is associated to students' need to be competent and build skills to orientate in media space by developing the ability to access, analyze, evaluate media and think critically. The program aimed at media literacy forming of students in higher education institution is presented. The program focuses on students' understanding of the mass media influence on a person. It also exposes the techniques used by the mass media as well as concentrates on building and strengthening such skills as seeking and evaluating of information messages and critical analyzing.*

**Key words:** media literacy, skills, critical thinking, students, media literacy indexes.