

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-18>

## МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

**Писаренко Л. М.**

*старший викладач кафедри журналістики  
Національний університет «Одеська юридична академія»  
м. Одеса, Україна*

Сьогодні в епоху інформаційного суспільства молодь дуже активно споживає медіаконтент, а отже, знаходиться під впливом медіаінформації, яка безпосередньо впливає на поведінку, цінності, світогляд. Тому критичне сприйняття медіаконтенту, уміння аналізувати його має дуже важливе значення.

Тож мета нашого дослідження – обґрунтувати особливості формування медіаграмотності як ефективного методу розвитку особистості під час занять з медіаграмотності, теорії масових комунікацій, теорії соціальних комунікацій, медіапсихології та ін.

Проблему формування медіаграмотності особистості досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні автори (К.Ворсноп, І.Жилавська, В.Іванов, М. Маклюен, Е., Н.Чичеріна та ін.).

Поняття «медіаграмотність» різні автори визначають по-різному. Так І. Жилавська розуміє медіаграмотність як вміння аналізувати та синтезувати медійну реальність, вміння «читати» медіатекст, здатність використовувати медійну техніку, знання основ медіакультури, тобто результату медіаосвіти [1, с. 81–87].

Кріс Ворсноп розуміє медіаграмотність як результат медіаосвіти, вивчення медіа. Що більше ви вивчаєте медіа (за допомогою медіа), то більше ви медіаграмотні, тобто медіаграмотність – це здатність експериментувати, інтерпретувати/аналізувати та створювати медіатексти [3, с. 10].

Н. Чичеріна вважає, що медіаграмотність є здатністю людини адекватно взаємодіяти з потоками медіаінформації в глобальному інформаційному просторі [4, с. 3].

Деякі автори не розмежовують поняття «медіаграмотність» та «медіакомпетентність». На думку Р.К'юбі, це синоніми, тобто, здатність використовувати, аналізувати, оцінювати, передавати повідомлення в різноманітних формах [2].

Ми дотримуємося тієї думки, що медіаграмотність, це все ж таки критичне сприйняття медіаінформації, уміння аналізувати її, уміння створювати медіапродукт, оцінювати медіатексти.

Тому під час проведення занять з вищевказаних предметів, звертається увага на те, щоб здобувачі засвоїли знання, що допоможуть їм встановити правдивість інформації, яку вони отримали. Перш за все ставиться питання, чому важливо бути медіаграмотним? На що аудиторія відповідає, що медіаграмотна людина повинна розуміти природу інформації і роль медіа в її розповсюдженні; усвідомлювати, що сама знаходиться під постійним інформаційним тиском; мати навички критичного мислення та аналізу медіаповідомлення; відрізнити думки й оцінки від фактів; здатна захищати себе від маніпуляцій; вміє створювати власний медійний контент. Доречним при визначенні поняття «медіаграмотність» є проведення тесту на перевірку свого рівня медіа грамотності.

Крім цього, на заняттях здобувачі мають змогу навчитися відрізнити факти від суджень, оцінок. Спочатку всі разом мають змогу дати визначення цим поняттям, а потім групи отримують завдання у вигляді текстів, в яких вони повинні знайти факти, судження, оцінки і пояснити, чому вони так вважають і чи доречні вони саме в цьому тексті.

Одним із завдань в межах дисципліни «Медіаосвіта та критичне мислення» є аналіз текстів (ідеологічний, аналіз репрезентацій, декодування медіатекстів, аналіз стереотипів, сюжетний, жанровий, іконографічний, семіотичний, контекстуальний). Аналіз медіатекстів проводиться за певною схемою. Прикладом може бути аналіз відеосюжету з теленовин: перегляд візуального медіатексту, дискурс-аналіз медіатексту, висновок (констатують отриманий результат за позиціями, не оцінюючи).

На закріплення теми «Аналіз медіатекстів» можна дати завдання «Аналітики»: подивитися телепередачу й підрахувати, скільки разів помітили вираження почуттів побоювання, любові, суму; подивіться декілька різних видів телевізійних програм і відзначте, які емоції проявляються там часто/рідко. Або ж завдання «Телекритики»: подивитися вдома декілька екранних медіатекстів пригодницького жанру, які чітко показують антигромадську поведінку (злочин, насильство, неправда). Зафіксуйте, які дії виконують персонажі, класифікуйте цих персонажів за рівнем морального розвитку.

Також здобувачі готують тренінги з медіаграмотності, в яких використовують ігри (ТАКНІТКИ), коли один гравець вигадує історію із загадковим сюжетом і розповідає тільки її фінал, який повинен закінчуватися питанням. Інші гравці намагаються знайти логічне

пояснення цьому загадковому вчинку, ставлять навідні запитання. Відповідати можна тільки «ТАК» чи «НІ». Метою такої гри є навчити застосовувати нестандартні підходи для пошуку відповідей.

На розвиток критичного мислення проводиться гра, яка дозволяє у двох випадково обраних предметах знайти спільне. Якщо таких рис підібрано багато, то це говорить про широке критичне мислення людини, про її кругозір. Але суть такої гри полягає не просто у знаходженні спільних рис, які є на поверхні, а в тому, щоб зануритися більш глибоко і знаходити абсолютно нестандартні паралелі. Наприклад: черевик і олівець (залишають слід, тримаються на кінцівках людини); їжак і молоко (втікають, згортаються); чайник і пароплав (нагріваються, пар); ковбаса і капсули (пігулки)(є оболонка, дата зберігання). Саме за допомогою таких ігор, крізь призму досвіду, критичного мислення, людина на одні й ті ж речі дивиться з різних точок зору.

Важливе значення у розвитку медіаграмотної особистості мають заняття, які стосуються використання фотографій в медіа. Перш за все необхідно ставити основне питання перевірки «звідки ви це знаєте?». Тому що працюючи репортером, ви повинні ставити це питання своїм джерелам, а редактори мають ставити його репортерам. Зі здобувачами під час занять намагаємося визначити, наскільки те чи інше фото відповідає дійсності, використовуючи EXIF-дані (відомості, коли було зроблено фото, яким пристроєм, параметри зображення, для деяких фото можна визначити й місце зйомки) (Jeffrey's Exif Viewer); error level analysis (ELA) – «домальовані» області на зображенні чи вставлені в нього при редагуванні (Foto Forensics); зворотній пошук зображень: сюди можна завантажити фото, щоб знайти його оригінальне джерело та подивитися, де воно ще публікувалося (Google Search by Image).

Ще один важливий напрям розвитку медіаграмотної особистості – це протидія фейковим новинам. Ознайомившись з тим, що таке фейкові новини, переходимо до аналізу соціальних мереж, а саме фейсбуку, оскільки там новинний матеріал бачать не тільки підписники, друзі, а також і ті, хто відстежує сприйняття новинного контенту.

Отже, медіаграмотність має не абияке значення у розвитку особистості, критичного мислення, вміння аналізувати. Тож в подальшому маємо намір зосередити зусилля на шляхах посилення ефективності медіа грамотності серед здобувачів вищої освіти.

### **Література:**

1. Жилавская И.А. Медиаобразование молодежной аудитории / И.В. Жилавская. Томск : ТИИТ, 2009. 322 с.

2. Kubey R/ Media Liberacy in the Information Age. New Brunswick, 1997. 484 p.

3. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Іванов, О. Волошенюк; за наук. ред. В. Різуна. Київ : Центр вільної преси, 2012. С. 10.

4. Чичерина Н. Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медиатекстов: автореферат дис. ... докт. педаг. наук.СПб, 2008. 50 с.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-19>

## МЕТОДИ ВИЯВЛЕННЯ ФЕЙКОВИХ НОВИН У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

**Присяник О. П.**

*доктор філологічних наук,  
професор кафедри управління соціальними комунікаціями*

**Головня С. Г.**

*студентка IV курсу  
факультету міжнародних відносин і журналістики  
Харківський національний економічний університет  
імені Семена Кузнеця  
м. Харків, Україна*

За останні декілька років соціальні медіа закріпили свою позицію серед найпопулярніших ресурсів для споживання новин. З одного боку, низька вартість, легкий доступ та швидке розповсюдження інформації змушують людей шукати та споживати новини за допомогою соціальних мереж. З іншого боку, ті ж фактори забезпечують широке поширення недостовірної інформації, зокрема фальшивих новин, відомих також як «фейкові новини» чи просто «фейки» [8, с. 49]. Фейки у соціальних мережах, такі, наприклад, як підроблені відео, що видаються за справжні, блоги, написані анонімними «тролями», помилкова або свідомо оманлива інформація й т.ін., є небезпечними для громадськості, а тому потребують викриття, і для цього існують спеціальні методи.