

**PSYCHOLOGY OF SOCIAL COMMUNICATIONS,
INTERGROUP RELATIONS, MEDIA PSYCHOLOGY**DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-80-8-2.55>**МЕДІАЗВИЧКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ТА «ІНФОРМАЦІЙНА БУЛЬБАШКА» ЯК ЗАКЛИК
ДО ВПРОВАДЖЕННЯ УРОКІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ****Ільченко О. А.***кандидат філологічних наук,**доцент кафедри філології, перекладу та стратегічних комунікацій**Національна академія Національної гвардії України**м. Харків, Україна*

Здобувачі вищої освіти проводять багато часу онлайн, при цьому під медіа розуміють увесь контент, що поширюється в онлайн-медіа, соціальних мережах, зокрема Facebook, Twitter, Telegram, які взяли на себе функцію поширення новин, але не завжди є надійним джерелом інформації [7]. Молодь часто стає «заручником» клікбейту – без ретельного аналізу (лише за інформативним наповненням заголовків) репостять контент. Молоді люди легко піддаються медіавпливу, але ситуація, яку їм змальовують масмедіа чи соціальні мережі не дає повної адекватної картини дійсності: деякі факти, події, дискусійні положення не потрапляють у поле зору недосвідчених медіаспоживачів, оскільки вони «харчуються» лише тим, що потрапляє в стрічку новин чи звичне для них медіаполе. Це свідчить про те, що відповідний медіакористувач перебуває в «інформаційній бульбашці» – це його персональна й унікальна «бульбашка» з інформацією, у якій він живе онлайн. Вона підлаштована під його погляди, цінності, переконання, у які він вірить, активно відстоює й поширює серед своїх медіадрузів, які, можливо, перебувають у подібній інформаційній «пастці». Так медіакористувачі опиняються на інформаційній «дієті», але про те, що вона «незбалансована», вони можуть і не здогадуватися: «споживають» інформацію з однієї групи «продуктів», не знаючи, що є й інші або ігнорують їх, бо ті групи не відповідають їх «смакам». Тож доки людина не усвідомить того, що перебуває в «інформаційній бульбашці», вона не зможе розширити свій «раціон», змінити «харчові» звички. Алгоритми вебсайтів, пошукових систем і соціальних мереж навчилися показувати

користувачам інформацію, яка їх цікавить і відповідає поведінці в медіапросторі, спираючись на попередні дії в мережі. Таким чином медіакористувач не отримує інформацію, що потенційно може розширити його світогляд, зробити більш толерантним до інших точок зору чи навіть спонукати змінити думку про щось, указати на іншу логіку розвитку подій, процесів чи емоційного ставлення. У нього виникає враження, що його точка зору єдино правильна: вся стрічка новин у його особистому профілі підтверджує його версію інтерпретації подій. Помітна тенденція: чим вищий інтелектуальний рівень користувача, тим нижча вірогідність того, що «інформаційна бульбашка» може вплинути на його вибір контенту. Освітні заклади – саме ті інституції, які мають усі можливості для того, щоб долучитися до формування медіаграмотного споживача.

Зростання ролі медіа в освітніх процесах, зміна «дидактичного ландшафту», в умовах якого здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти до життя в інформатизованому суспільстві, вимагають визначення змісту медіаосвіти й шляхів її впровадження в педагогічну практику. Цим питанням було присвячено Міжнародну науково-практичну Інтернет-конференцію «Медіаосвіта – пріоритетний напрям в освіті XXI століття: проблеми, досягнення і перспективи» (м. Харків, 25-27 жовтня 2013 року) [3]; Шосту міжнародну науково-методичну конференцію «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи» (м. Київ, 20-21 квітня 2018 року) [1].

Рефлексією на поставлені завдання можна вважати посібник для вчителя «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін» (2016 р.) [4], онлайн-курси з медіаграмотності: двомовний онлайн-курс «Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності» [5], що стартував у вересні 2019 року; курс «Медіаграмотність для освітян» [6], що стартував на платформі «Prometheus» 5 грудня 2018 року.

Авторка цієї розвідки поділяє думку Г. Онкович, що «формування медіаграмотності майбутніх фахівців у межах ВНЗ може здійснюватися двома способами: через введення окремого курсу з медіаосвіти або через інтеграцію медіаосвітніх технологій до вже існуючої системи навчально-виховного процесу, зокрема – завдяки виконанню міждисциплінарних досліджень з інформаційних, комунікаційних та освітніх наук, соціології та ін.» (цит. за: [3, с. 40]).

Тож чітко намічається два способи введення медіаграмотності до освітньо-професійних програм підготовки здобувачів вищої освіти:

1) впровадження окремого курсу;

2) інтеграція окремих тем / змістових модулів / блоків змістових модулів до наявних у програмі дисциплін.

Можливий і третій спосіб: введення вправ, що сприятимуть розвиткові критичного аналізу медіаконтенту, в план занять соціально-гуманітарного циклу: з психології, соціології, історії, іноземної мови, рідної мови за професійним спрямуванням тощо.

Мета курсу з медіаграмотності: озброїти здобувачів вищої освіти інструментами критичного аналізу медіаконтенту; розвивати інтерактивні навички (здатність спілкуватися за посередництвом медіа й виконувати різні медіаролі) та креативність, яка полягає у формуванні навичок створювати й інтерпретувати медіаконтент [2, с. 116].

Люди, які володіють навичками медіаграмотності, можуть:

- «розуміти вплив медіа та форми подання інформації в них;
- ухвалювати поінформовані та незалежні рішення;
- отримувати нову інформацію про навколишній світ;
- формувати почуття спільності;
- підтримувати публічний дискурс;
- продовжувати навчання протягом життя;
- створювати інформацію;
- мислити критично;
- використовувати медіа для самовираження і творчості;
- використовувати медіа, дотримуючись засад безпеки та відповідальності;
- брати участь у житті демократичного суспільства та глобальної інформаційної мережі» [4, с. 15].

Формати проведення занять авторка пропонує такі: комунікативні ігри, експерименти, вебквести, воркшопи, тести, робота з першоджерелами (аналіз постерів, медіастатей, інтерв'ю, дописів у соціальних мережах і т. под.), підготовка меседжів / медіамеседжів, медіапрзентацій, дописів у соціальних мережах, створення контенту й т. ін. [2, с. 116]. Здобувачі вищої освіти мають працювати в парах чи командах, окремі завдання виконувати індивідуально. Вони мають розвивати комунікативні навички й офлай, мати змогу бачити «живу» реакцію партнерів по спілкуванню, ділитися емоційним станом – переживанням, враженням, настроєм – без допомоги смайликів чи мемів, оскільки «живе» спілкування – один із важливих способів вирватися з «інформаційної бульбашки» або взагалі не потрапити до неї. Окрім того, офлан-спілкування дає змогу формувати адекватну, коректну комунікацію за посередництвом масмедіа з виконанням відповідних медіаролей, не копіюючи започатковану й пропаговану кимось модель, наприклад, Instagram– чи Facebook-поведінки.

Перспективу цього напрямку роботи авторка тез убачає у впровадженні уроків медіаграмотності в програму підготовки здобувачів

вищої освіти, оскільки масмедіа втратили свою пріоритетну роль у процесах формування громадської думки, впливу на соціальну оцінність, і сучасну молоду людину необхідно озброїти комунікативними, психологічними, технологічними засобами захисту від медіаманіпуляцій.

Література:

1. *Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи»* / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2018. 244 с. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_statey_AUP2018.pdf.

2. Ільченко О. Медіаграмотність в освітньо-професійній програмі підготовки здобувачів вищої освіти. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка* / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, І. Зимомря]. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 28. Том 2. С. 113–119. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/28.208652>.

3. *Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Медіаосвіта – пріоритетний напрям в освіті XXI століття: проблеми, досягнення і перспективи» (25-27 жовтня 2013 року)* / за заг. ред. канд. пед. наук Л.Д. Покроєвої. Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2013. 268 с.

4. *Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя* / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с. URL: <https://www.slideshare.net/mobile/ssuser9b9413/ss-63773058>.

5. Сайт курсу «Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності». URL: <https://verified.ed-era.com/ua>.

6. Сайт курсу «Медіаграмотність для освітян». URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA101+2018_T3/about.

7. Чорна-Бохняк Н. *Чи варто вірити соцмережам? 6 правил захисту від інформаційних маніпуляцій*. URL: <https://happyunday.ua/mediagramotnist>.