

ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАІМУНІТЕТУ СУЧАСНИХ ШКОЛЯРІВ: ДИДАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

І. Г. Ціко, кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри історії, суспільно-гуманітарних дисциплін і методики їх викладання Донецького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Спостереження за реаліями життя сучасного молодого покоління налаштовує нас на думку, що збільшення обсягів інформації (в т.ч. навчальної), якою оволодіває юнь, поява найновіших (за останнім словом техніки) гаджетів впливає прямо пропорційно й протилежно на рівень сформованості критичного мислення і здатності адекватно реагувати на нові ризики й виклики. Зрозуміло, що вони якраз стосуються спектру питань, пов'язаних з психічним і фізичним здоров'ям людини й суспільства в цілому. Тому не випадково в оновленій «Концепції упровадження медіаосвіти в Україні» саме медіаосвіта визначається «фундаментальним складником інформаційної безпеки країни», та навіть більше – «відіграє стратегічну роль у [...] формуванні української ідентичності» (виокремлення наше – І. Ц.) [4, с. 5].

Мусимо визнати, що потребуємо злагоджених дій усіх освітніх інституцій щодо психолого-педагогічного супроводу становлення нового мислення, яке має формуватися у середовищі учнівства на засадах «модерної українськості» (термін – І. Гулика й І. Федорченка) – такої моделі національно-культурного розвитку суспільства, що виявляється в почутті «гордості за країну, за її історію, за героїв» [2] та функціонує переважно у формі інтегрованої єдності української етнічності й громадянськості [5, С. 243].

Окрім того, ми потребуємо навчальних методик, які ґрунтуватимуться на розробці концепцій й інструментарію, що в умовах сучасної технологізації допомагатимуть нам, педагогам-практикам, методистам-ученим, науковцям і громадськості відвойовувати увагу дитини й навчатимуть нас використовувати методи впливу на свідомість, аби формувати повноцінну

мислячу особистість зі стійкою психологічною несприйнятливістю негативних факторів.

Так, у згаданій вище «Концепції» це розкрито у контексті поняття «медіаімунітет особистості», що визначається як здатність протистояти агресивному й деструктивному медіасередовищу, сформованістю умінь захищатися від шкідливої інформації та в цілому забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції [4, С. 10].

Зрештою, на це ми націлюємось, розпочавши з 2017 року на Донеччині роботу обласного експериментального майданчика «Медіадидактичні основи сучасного уроку мови та літератури в загальноосвітній школі» на базі окремих навчальних закладів (Костянтинівський ліцей із загальноосвітньою школою І-ІІ ступенів, Краматорська ЗОШ І-ІІІ ступенів № 8, Сіверська ЗОШ І-ІІІ ступенів Бахмутського району, Срібненський НВК Покровського району, Іверська ЗОШ І-ІІІ ступенів Олександрівського району). Його мета – сформувати в учителів-практиків уміння обирати з-поміж існуючих якісні навчальні медіапродукти, а також їх створювати самостійно, використовуючи різноманітні програмні застосунки й онлайн-сервіси. Критерії, на які зорієнтовуємось у цьому – емоційний відгук, нестандартне рішення, простота, «читабельність».

Такий порядок представлення вимог до медійного навчального матеріалу визначено не випадково.

1. Емоційний відгук. Мусимо пам'ятати, що сучасний школяр, завдяки великій кількості часто конкуруючих масмедіа (телебачення, радіо, інтернет-ресурси, преса, видавництва, вуличні бігборди, постери тощо), щодня контактує з розмаїттям інформації в усіляких проявах. Нерідко до створення такого продукту долучені професіонали (дизайнери, піар-технологи), що добре знаються на засобах свідомого та несвідомого впливу на емоційну й почуттєву сферу людини, делікатно, майже непомітно, формують бажану поведінкову модель. Зрештою, так само, через емоції, педагог може викликати інтерес у школяра до навчального матеріалу (теми, явища), актуалізувати й

активізувати його увагу, мотивувати до співпраці. Нехтування цього критерію є причиною того, що все, що демонструється й опрацьовується на уроці (схема, текст, зображення, відеофрагмент та ін.) просто полишене учнівської уваги, бо «недоотягує» до строкатості сучасного медіапростору, в який органічно вплетена дійсність молодого покоління (рис. 1).

2. Нестандартне рішення. Дотримання цього критерію сам процес навчання виводить на значно вищий рівень, де немає місця сірості й буденності шкільного нудного життя (очима учня). Результати наших спостережень свідчать, що тут важливо випрацювати якісний діалог між педагогом і його вихованцями. Учитель, що знається на вподобаннях і естетичних смаках учнів і вмiючи трансформувати (адаптовувати, видозмінювати, комбiнувати, моделювати на основi певних положень) навчальну інформацію, подає її креативно. Виразними прикладами на підтвердження цього може слугувати інфографіка, в якій на основі алгоритму візуально порівняно головні персонажі з трагедії В. Шекспіра «Гамлет» і м/ф «Король Лев» чи система образів з серії романів про Гаррі Поттера, представлена у вигляді загальновідомої періодичної таблиці хімічних елементів Д. Менделєєва. На рис. 2 промовисто демонструємо переваги заявленого критерію на прикладі візуального представлення програмового художнього тексту зарубіжної літератури для 11 класу.

3. Простота. Найзрозумілішим поясненням, на нашу думку, такої вимоги є загальновідома істина «усе геніальне у світі – просте». Нерерагований, надмірно чи штучно уяскравлений контент (відволікаюча анімація, немотивована орнаменталістика, зайві елементи, повторюваність тощо) лише шкодить сприйманню інформації та навчальному процесу в цілому. За таких умов у школярів, чия освітня діяльність і так перевантажена змістом існуючих програм, формується ще й відчуття зайвої інформації, інтерес і мотивація можуть стрімко знижуватися. Тобто мова про те, що зміст навчального продукту має бути не банально спрощеним, а таким, коли кожен елемент виконує якусь певну дидактичну функцію. Покажемо це на прикладі

рис 3: зображенням другого порядку підкреслюємо головну думку байки Езопа «Хліборобові діти», а саме заповідь батька сином жити у злагоді. Для порівняння знімок слайду, на якому подано графіка гіршої якості та дублюється художній текст з підручника.

4. «**Читабельність**». Важливо, щоб усі явні й завуальовані складники (текст, статичне чи динамічне зображення, аудіо й відео, фонові елементи тощо) були аудиторією належно сприйняті. Навчальний медіапродукт не повинен бути переобтяжений суцільним текстом – усе подаємо у вигляді опорних понять, а ключові фрагменти можуть увиразнюватися різним шрифтом (не більше трьох відмінних гарнітур), типом накреслення, кеглем, заміщуватися невербальними елементами (символами й знаками, упізнаваними за текстом і контекстом), виокремлюватися кольором (технологічний прийом багаторівневого шрифто-кольорового маркування – Г. Аствацатуров [1, с. 96]) (рис. 4). Також доречним є створення чи використання готових прикладів візуалізованого тексту (слово- й фразо-образи, шифтові й шрифто-зображувальні композиції, зразки лєтерингу, каліграм і монограм та ін.). Окрім того, уміле й не надмірне оформлення текстової тканини із застосуванням обґрунтованого нами прийому шрифтової стилізації [6] значно розширює можливості вчителя й учнів, аби творчо підходити до оформлення наочності й навчальних проєктів (рис. 5).

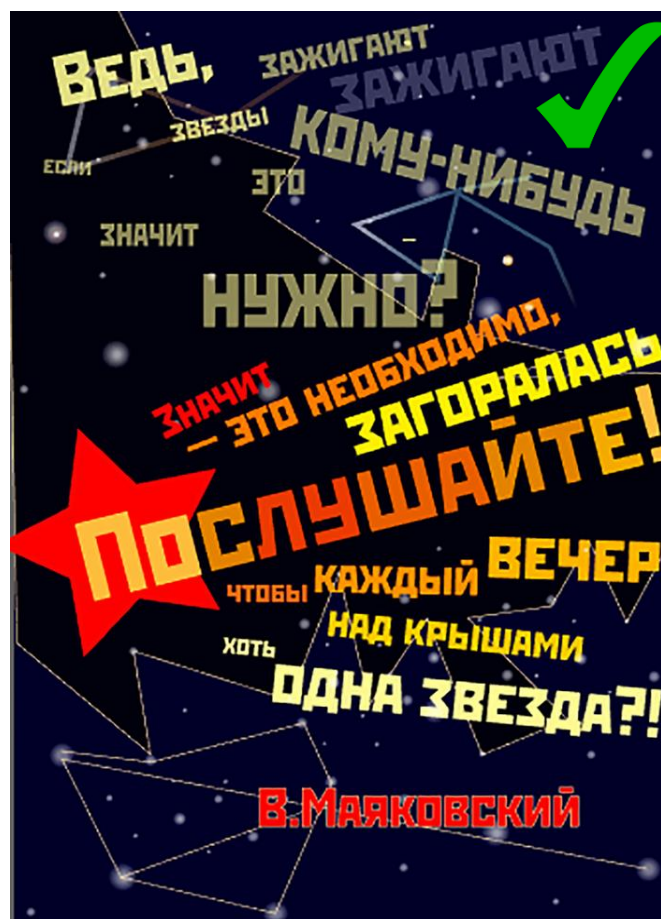
Створення й застосування в едукaційному процесі навчального медіапродукту (на основі висвітлених критеріїв) в аспекті формування медіаіммунітету учнів сучасної школи має так чи інакше уможливити, на наше переконання, реалізацію метапредметного й поліхудожнього підходів, а також дидактичних принципів – індивідуалізації, диференціації, інтенсифікації й персоналізації. Окремої уваги потребують питання щодо використання технологічних прийомів медіадидактики, наприклад: операціоналізації понять, ретроспективи й перспективи, дезінформації, монтажу / колажу, анімаційної та мультимедійної евристики, інтерактивного моделювання та ін.

На жаль, формат тез не дозволяють висвітлити окреслену проблематику, що, у свою чергу, може стати предметом подальших розвідок і публікацій.

Уважаємо, що формування медіаімунітету сучасного школяра має стати одним із пріоритетних завдань дидактики й методики, оскільки в реаліях сьогодення школа й суспільство мають створити максимально сприятливі умови для становлення особистості учня, за яким майбутнє своє, країни й планети. Така особистість має бути медійно зрілою. А для цього учитель у межах навчального простору повинен запропонувати учневі такий медіапродукт, що буде здатний конкурувати з тим, що деформує систему цінностей, шкодить розвитку критичного мислення, націленості на перспективу молодого покоління.



Рис. 1. Приклад оформлення титульного слайда до вивчення творчості А. Малишка, враховуючи / нехтуючи критерієм «Емоційний відгук»



В. В. Маяковский. Послушайте!

Послушайте!	не перенесет эту беззвездную муку!
Ведь, если звезды зажигают –	А после
значит – это кому-нибудь нужно?	ходит тревожный,
Значит – кто-то хочет, чтобы они были?	но спокойный наружно.
Значит – кто-то называет эти плевочки	Говорит кому-то:
жемчужиной?	"Ведь теперь тебе ничего?
И, надрываясь	Не страшно?
в метелях полуденной пыли,	Да?!"
врывается к богу,	Послушайте!
боится, что опоздал,	Ведь, если звезды зажигают –
плачет,	значит – это кому-нибудь нужно?
целует ему жилистую руку,	Значит – это необходимо,
просит –	чтобы каждый вечер
чтобы обязательно была звезда! –	над крышами
клянусь –	загоралась хоть одна звезда?!

1. ФУТУРИЗМ

Рис. 2. Шрифтовый плакат на основе поэзии В. Маяковского «А вы смогли б?» (автор – DaniaGoh) на противагу звичному оформленню художнього тексту – критерій «Нестандартне рішення»



Езоп "Хліборобові діти"

- Хліборобові діти між собою не мирилися. Він їх часто вмовляв, але слова не допомагали. Тоді Хлібороб вирішив вплинути на них ділом і сказав їм принести в'язку різок. Коли вони виконали те, що він їм загадав, батько дав їм в'язку і наказав зламати її. Але діти, хоч як силкувалися, не змогли цього зробити. Тоді батько розв'язав в'язку і дав кожному по різці. Коли вони легко переламали їх, батько промовив:

«Отак і ви, діти, якщо будете дружні, вас не подолають вороги, коли ж житимете в незгоді, вас легко переможуть». Байка доводить, що коли згода між людьми — їх важко перемогти, коли незгода — легко.

презентацію підготувала Хліминець А.А., вч. світ.літ ЗОШ № 20 м.Мукачеве

Рис. 3. Оформлення навчальної інформації за критерієм «Простота»

Тревел-текст
Тревелог

(англ. travel - дорога, мандрівка, подорож;
грец. logos - слово, вчення, наука) -
розповідь про мандрівку, подорож

**Література
мандрів**

Рис. 4. Приклад оформлення тексту за критерієм «Читабельність»



*Рис. 5. Антуан де Сент-Екзюпері. Візуалізація імені письменника
Шрифто-зображувальна композиція (шрифт Cafe de France)*