

ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК З МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК ПРОТИДІЯ МЕДІАТРАВМУВАННЮ

О. В. Тараненко, к.філол.н., доцент,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
завідувач кафедри журналістики,
olena_tar@ukr.net

Сучасна людина знаходиться під постійним впливом інформації, кількість якої багаторазово перевищує здатність її засвоєння, а якість ускладнена свідомими маніпуляціями з боку професійних комунікантів. Така ситуація призводить до багатьох небезпечних психологічних наслідків – медіазалежності, «отруєння» негативними новинами, втому від інформації, відмовою від новин загалом тощо. Загальне визначення таким явищам є медіатравмування. У соціумі, що перебуває у кризовому стані через внутрішні чи / та зовнішні конфлікти, така ситуація підсилюється чинниками перетворення інформування на пропаганду (необхідність згуртування суспільства, тимчасові заборони на правду, підміна інформації лозунгами, розповсюдження «мови плакату», формування образу ворога тощо). Небезпека медіатравми за таких умов також посилюється. Показовим прикладом тому є сучасний стан української аудиторії медіа з яскраво вираженими симптомами «втоми від війни», бінарної семантики «зрада – перемога», різкі коливання від визнання тільки «своєї» правди до категоричної недовіри медіа загалом.

Найбільш ефективним засобом профілактики медіатравми є формування навичок критичного мислення, на яких базується медіаграмотність особистості. Оскільки програми з формування і розвитку медіаграмотності в Україні ще не закріпилися в шкільній системі освіти, існуючи досі лише як експериментальні чи факультативні (з 2011 року), то основну діяльність з їх впровадження здійснюють тренінгові програми для громадян загалом та спеціалізованих аудиторій чи за професійною ознакою (вчителів,

бібліотекарів, журналістів), чи за віковим критерієм (для молоді, для людей поважного віку). Флагманом в цій галузі є Академія української преси, яка впроваджує тренінгові програми з медіаграмотності широкого спрямування та веде активну видавничу діяльність просвітницької і навчальної літератури.

Матеріалом для доповіді стала систематизація власного тренерського досвіду в програмах з медіаграмотності. Це, зокрема, проект «Програма медіаграмотності для громадян» у партнерстві Академії української преси, IREX та StopFake за підтримки Міністерства закордонних справ та міжнародної торгівлі Канади (DFATD Canada) 2015-2016 року, який охопив 14 областей України; Всеукраїнська програма «Медійна грамотність для людей поважного віку» ГО «Центр Поділля-Соціум» за підтримки Фонду сприяння демократії Посольства США в Україні (листопад 2016 – липень 2017); програма 4-денних тренінгів з підготовки тренерів з медіаграмотності Академії української преси за підтримки DW Akademie у Києві, Запоріжжі, Полтаві, Одесі в квітні 2017 року та грантовий проект магістрантів ДонНУ імені Василя Стуса «Центр просвітницьких програм з питань медіаграмотності та протидії маніпулюванню з боку медіа» за сприяння ГО «ВІСЬ» та фінансової підтримки БФ «Український жіночий фонд», Інституту миру (США), Глобального фонду для жінок (липень – жовтень 2016 р. на базі трьох ЗОШ м.Вінниці).

Увесь комплекс вправ та завдань з формування навичок критичного мислення та медіаграмотності, що його застосовують у тренінгах, на наш погляд, перш за все пов'язаний з трьома основними проблемами сприйняття медіа сучасною людиною. Мета і завдання тренінгів з медіаграмотності, що полягають у поступовому формуванні свідомого споживання інформаційного продукту українцями, витікають саме з усвідомлення цих проблем, що травмують соціум, ставлять перешкоди критичному мисленню. Представимо цей зв'язок у вигляді таблиці.

Таблиця 1.

Проблеми, пов'язані з сучасними медіа	Типи вправ та завдань у тренінгових програмах
«Наркотизація соціуму», медіазалежність	Вправа «Моє медіаполе» та інші засоби самодіагностики
Сакралізація медіа	Вправи на створення медіапродукту, медіавиробництво, екскурсії в редакції
Пропаганда та маніпуляції	Розпізнання маніпуляцій, вправи на маркери пропаганди та маніпуляцій, знання власників медіа, вправи на декодування телевізійної інформації.

Вправи першого типу дозволяють людині поставити собі певний діагноз щодо медіазалежності, надлишковості часу, що витрачається на так звані фонові медіа, коли інформація з різних каналів потрапляє до реципієнта нашарованою (фонова музика з радіо, фоновий телевізор, постійно активні акаунти в соціальних мережах тощо). Іноді вправи на «розгортання» фонового споживання медіа демонструють найбільш активним споживачам інформації, що в їхній добі більш ніж 24 години, тож часу на живе спілкування загалом не залишається.

Десакралізація медіа, усвідомлення того факту, що всі медіамеседжі є сконструйованими, створеними людьми, тож не можуть бути «святою повною правдою» за визначенням, найбільш ефективно відбувається через створення людиною медіапродукту: участь у написанні матеріалу, зборі інформації, тренінгові вправи «робота редакції» чи, навіть, екскурсії на телебачення чи радіо.

Аналіз поширених сьогодні маніпуляцій та пропагандистських прийомів ефективніше за все відбувається через контент-аналіз телевізійних сюжетів, присвячених одній події, на каналах, що належать різним власникам. Певні навички декодування телеінформації в її порівнянні, отримані на тренінгах, сприяють сталому формуванню критичного мислення у реципієнта.