

Іванов В. Ф., д-р філол. наук;
Шкоба О. Я., студентка

УДК 007: 304: 659.3.001

Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів

У статті йдеться про теоретичні підходи до визначення термінів «медіаосвіта» та «медіаграмотність». Автори аналізують увесь масив теоретичних напрацювань науковців і наводять аргументи на підтвердження власних визначень.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, термінологія соціальних комунікацій.

Незважаючи на те, що вже протягом значного часу в світі розробляється теорія та практика медіаосвіти, остаточної визначеності щодо цього терміна ще немає.

Важливу роль у становленні та розвитку медіаосвіти відіграло ЮНЕСКО. Вважається, що вперше термін «медіаосвіта» було вжито у 1973 р. на спільному засіданні Сектора інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно та телебачення.

Деякі вчені вважають, що першу навчальну програму з медіаосвіти розробив канадський учений М. МакЛюен у 1959 р., а активне застосування медіаосвіти в навчально-виховному процесі розпочалося в 1960-х роках у Великій Британії, Канаді, Німеччині, США, Франції. При цьому завданням медіаосвіти було сформувати інформаційну культуру та підготувати до життя в інформаційному суспільстві [1, 182; цит. за: 2].

У документах ЮНЕСКО вказується, що медіаосвіта – це навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких як, наприклад, математика, фізика чи географія [3, 8; цит. за: 4; 5, 82]. Як бачимо, фахівці ЮНЕСКО чітко відокремлюють опанування медіа від їх використання як знаряддя під час навчання інших наук.

Вважається, що медіаосвіта пов'язана з усіма видами медіа (друкованими, графічними, звуковими, візуальними тощо) і різними технологіями. Вона має дати людям можливість зрозуміти, як масова комунікація використовується в їхніх соціумах, навчитися використовувати медіа в комунікації з іншими людьми; забезпечує знання того, як: 1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; 2) визначати джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси та контекст; 3) інтерпретувати медіатексти й цінності, що розповсюджують медіа; 4) добирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних медіатекстів та охоплення зацікавленої в них аудиторії; 5) отримати можливість вільного доступу до медіа як для сприйняття, так і для продукції. На думку фахівців ЮНЕСКО, медіаосвіта є частиною основних прав

кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і на інформацію та є інструментом підтримки демократії. При цьому медіаосвіта рекомендується для запровадження в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної та «пожиттєвої» освіти [6, 273–274]. Тут особливо важливою є думка про те, що медіаосвіта належить до основних прав людини і що вона повинна тривати, вдосконалюватися протягом усього життя.

На думку Л. Мастермана, «центральною та об'єднуючою концепцією медіаосвіти (media education) є репрезентація (representation)». Тобто згідно з цим поглядом медіа не відображають дійсність, а представляють її. А головною метою медіаосвіти є «денатуралізація» медіа. Медіаосвіта є насамперед дослідницьким процесом, який базується на ключових концепціях, що здебільшого є аналітичними інструментами, а не альтернативним змістом. Ці ключові концепції включають: denotation (означення), connotation (асоціацію), genre (жанр), selection (відбір), nonverbal communication (невербальну комунікацію), media language (мову медіа), naturalism and realism (природність та реальність), audience (аудиторію), construction (конструкцію), mediation (медіасприйняття), representation (репрезентацію), code/encoding/ decoding (код, кодування, декодування), segmentation (сегментацію, виділення), narrative structure (сюжетну структуру), ideology (ідеологію), rhetoric (риторику), discourse (промову, мову), subjectivity (суб'єктивність). Л. Мастерман вважає, що медіаосвіта продовжується все життя людини і має на меті не просто критичне розуміння (critical understanding), а й критичну автономію (critical autonomy) [7, 40–42; цит. за: 8; 9]. Близькими є погляди американської дослідниці П. Офдерхейд. Вона вважає, що медіаграмотність спрямована на розвиток у людини «критичної автономії щодо медіа. Головним у медіаграмотності є широкий спектр інформування в громадянській, соціальній, споживацькій сфері стосовно критичного сприйняття та творчості» [9; цит. за: 10, 79]. Головним у цьому погляді, безперечно, є не роль медіа (відображення чи репрезентації), а активне ставлення людини до пізнання медіа. ЗМІ тут виступають самостійним утворенням, стосовно якого важливо зберігати самостійність та сприймати його критично.



Можна виокремити ще кілька принципів медіаосвіти за Л. Мастерманом [5, 87–88; цит. за: 7, 15–68; 11, 28]. Медіаосвіта виступає як серйозна та важлива сфера, пов'язана з більшістю соціальних структур демократичного суспільства. Вона актуальна, втілює принцип «тут і зараз» у широкому ідеологічному та історичному контексті. Зміст у медіаосвіті означає розвиток варіативних аналітичних інструментів. Її ефективність може бути оцінена за допомогою двох основних критеріїв: здатності учнів застосовувати своє критичне мислення у нових ситуаціях і кількості зобов'язань та мотивацій, висловлених ними щодо медіа. А ідеальна оцінка медіаосвіти, за Л. Мастерманом, – це самооцінка учнів. Крім того, медіаосвіта змінює відносини між учнем і вчителем, даючи можливість для роздумів і діалогів, тобто це швидше діалог, ніж дискусія. Таким чином, вона розвиває більш відкритих та демократичних педагогів та спрямована переважно на групове навчання. Складається медіаосвіта з «критичної практики» і «практичної критики».

Л. Мастерман виокремив та обґрунтував *сім причин актуальності медіаосвіти у сучасному світі*: 1) високий рівень споживання мас-медіа та насиченість сучасних суспільств їх продуктами; 2) ідеологічна важливість медіа та їх вплив на свідомість аудиторії; 3) швидке зростання кількості медійної інформації, посилення механізмів управління нею та її розповсюдження; 4) інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси; 5) зростання значущості візуальної комунікації та інформації в усіх галузях; 6) необхідність навчання школярів/студентів з орієнтацією на відповідність сучасним вимогам; 7) національні та міжнародні процеси приватизації інформації, що пришвидшуються. До цих причин І. Жиллавська додала ще одну: «пожовгіння» масмедіа та зниження загального рівня медійної продукції, яке, як зворотну реакцію, викликає до життя потребу в освітніх технологіях в галузі масмедіа [5; цит. за: 8, 73–74]. Зрозуміло, що інформаційна революція та глобалізація зробили наше сприйняття світу значною мірою залежним від того, як його подають медіа. На жаль, ЗМІ відповідним чином не відреагували на збільшення відповідальності, їхні матеріали часто не перевіряються належним чином, містять елементи маніпуляції та підтасовок. У цих умовах медіаосвіта є шляхом до того, щоб озброїти людину можливістю самозахисту від недобросовісної медіаінформації.

Також Л. Мастерман виокремив *чотири найважливіших галузі медіаосвіти*: 1) авторство, власність і контроль у сфері медіа; 2) способи досягнення ефекту впливу (тобто способи кодування інформації) медіатексту; 3) репрезентація навколишнього середовища через медіа; 4) аудиторія медіа [5, 88]. Можна було б додати ще й особливості самих медіа як каналів передавання інформації.

Інший американський учений Р. Кьюбі бачить мету медіаосвіти у тому, щоб «дати учням розуміння

того, як і чому медіа відображають суспільство і людей», а головне «розвивати аналітичні здібності і критичне мислення щодо медіа» разом із вивченням їх мови [12, 40–42; 13, 27; цит. за: 9; 11].

Видатний теоретик медіа Дж. Гербнер розумів медіаосвіту як формування широкої коаліції «для розширення свободи та розмаїття комунікації, для розвитку критичного розуміння медіа як нового підходу до ліберальної освіти» [14; цит. за: 5, 81].

С. фон Файлітзен особливо вказує на те, що медіаосвіта означає критичне мислення (*critical thinking*), суттєвим елементом розвитку якого є створення учнями власної медіапродукції. На його думку, медіаосвіта потрібна для активної участі як у демократичному процесі, так і в процесі глобалізації. Вона має засновуватися на вивченні всіх видів медіа [15, 24–26; цит. за: 4]. Цікавим тут є твердження, що створення медіапродукції є необхідним елементом у процесі медіаосвіти. Дійсно, десакралізація медіа, набуття учнями навичок журналістики, коли вони дізнаються про механізм та «кухню» того, як створюються медіа, має сприяти встановленню незалежного та критичного погляду на їх контент.

Аналогічного погляду дотримується К. Тайнер. Серед шляхів використання аудіовізуальних медіа він пропонує: аналіз медіапродукції (розвиток критичного мислення), який може мати міждисциплінарний та інтерактивний характер; участь у створенні навчальної медіапродукції, що передбачає спільний вибір теми, змісту, концепції, шляхів практичної реалізації проекту; розроблення критеріїв оцінювання, яке здійснюють спільно вчителі й учні тощо [16, 87–88; цит. за: 2].

Також існує думка, що медіаосвіта – це вивчення медіа. Причому воно відрізняється від навчання за допомогою медіа. Медіаосвіта одночасно пов'язана з пізнанням того, як створюються і розповсюджуються медіатексти, а також з розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту. Для порівняння вивчення медіа (*media studies*), як правило, пов'язується із практичною роботою зі створення медіатекстів. І медіаосвіта, і вивчення медіа спрямовані на досягнення цілей медіаграмотності (*media literacy*) [17, 94; цит. за: 4]. Закономірним тут є отримання медіаосвіти як від навчання за допомогою медіа, так і від вивчення самих медіа. Чіткою також є вказівка на мету медіаосвіти – досягнення медіаграмотності.

Британські вчені К. Безелгет та Е. Харт вважають, що медіаосвіта має ґрунтуватися на вивченні шести ключових понять: «агентства медіа/ *media agencies*» (аналіз системи функціонування, цілей, джерел інформації, які створюють і розповсюджують медіатексти), «категорії медіа / *media categories*» (аналіз типів медіатекстів – за видами, жанрами тощо), «технології медіа/ *media technologies*» (аналіз технологічного процесу створення медіатекстів), «мова медіа/ *media languages*» (аудіо-

візуальні засоби вираження, коди та знаки, стиль медіатекстів тощо), «аудиторії медіа/media audience» (аналіз типології аудиторії, рівня сприйняття медіатекстів), «репрезентації медіа/media representations» (аналіз конкретного представлення авторами/джерелами інформації/агенціями змісту в медіатекстах) [18, 13; цит. за: 11]. Можна було б додати, що доцільним є аналіз специфіки самих комунікаторів (і окремих видів медіа, і журналістів), а також ефектів, що спричиняють медіа.

Один із активістів медіаосвіти Б. Мак-Махон звернув увагу на її морально-демократичний аспект. Він пише, що «в епоху тероризму та війн ХХІ століття медіаосвіта молоді стає важливою вимогою демократичного суспільства» [19, 3; цит. за: 5, 81].

У Росії провідним теоретиком медіаосвіти є О. В. Федоров. Він проаналізував різні визначення цього поняття (медиаобразование, media education, education aux medias, medienpädagogik, educacion para los medios) та провів опитування фахівців із різних країн світу з цього приводу. Крім того, він на основі вивчення поглядів західних учених [7, 20–31; 20, 187–190; 21, 7–25; 23, 89–134] виокремив вісім теорій медіаосвіти [4; 23, 149–158].

Він вважає, що єдиної теорії медіаосвіти у світі не було і немає. Аналіз *восьми теорій*, виділених О. Федоровим, показує їх незаперечне походження від відповідних теорій масової комунікації. Які ж саме теорії було названо?

Перша – ідеологічна теорія медіаосвіти. Її прихильники вважають, що медіа маніпулює громадською думкою, зокрема в інтересах визначених класів, рас та націй. Дитяча аудиторія є найлегшою ціллю впливу ЗМІ. Тому пріоритетна мета медіаосвіти – спонукати аудиторію до зміни системи масової комунікації (якщо це демократична країна) або, навпаки, переконувати, що система мас-медіа найдосконаліша (якщо це авторитарна країна). Стверджується, що у 60-х – першій половині 80-х рр. вона існувала у двох варіантах: західному та східноєвропейському. Відповідно основна увага приділялася критичному аналізу політичних, соціальних та економічних аспектів медіатекстів своїх країн, а особливо практикувався критичний підхід до аналізу матеріалів ЗМІ ворожого табору. О. Федоров вважає, що на сьогодні ідеологічна теорія частково втратила свої позиції, та класовий підхід змінено на національно-регіональний та соціально-політичний. Тобто країни третього світу намагаються захиститися від американської маскультури.

Друга – протекціоністська (ін'екційна, захисна, щепленнєва) теорія медіаосвіти. Ця теорія також називається протекціоністською (захист від шкідливого впливу медіа), громадянського захисту (те саме), культурних цінностей (які протиставляються контенту медіа). Назва й опис свідчать, що за основу тут взято теорію кулі. Її прихильники вважають, що медіа здійснюють сильний негативний вплив на

аудиторію. Зокрема, діти сприймають зображення насилля на екрані за зразок, який використовують у реальному житті. Аудиторія тут є сукупністю пасивних споживачів, не здатною зрозуміти сутність медіаповідомлень. Метою медіаосвіти є пом'якшення негативного ефекту сильного залучення до медіа. Педагоги показують різницю між реальним та віртуальним життям, протистоять негативному медіаконтенту. Основна увага приділяється проблемам негативного зображення насильства та сексизму.

Третью є теорія медіаосвіти як джерела задоволення потреб аудиторії. Вже з назви можна зробити висновок, що основні ідеї кальковані з теорії користі та задоволення (як причин звернення аудиторії до медіа). Відповідно до неї визнається, що вплив медіа на аудиторію обмежений, учні можуть самі обрати та оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб. Таким чином, мета медіаосвіти полягає у тому, щоб допомагати учням використовувати медіа з максимальним ефектом.

Четверту теорію названо практичною теорією медіаосвіти. Ще використовують назву «медіаосвіта як таблиця множення» (мається на увазі таке ж автоматичне вміння працювати з медіа, як і рахувати за допомогою таблиці множення). Вплив медіа за нею також визнається обмеженим, а основним завданням є навчити школярів використовувати медіаобладнання. Тобто головна увага приділяється вивченню технічних особливостей устаткування сторони та навчання використанню приладів, зокрема й для створення власного медіаконтенту. Звідси гуртки операторів, фотографів, комп'ютерників тощо.

П'ята – естетична (художня) теорія медіаосвіти. Її походження пов'язане, мабуть, із культурологічною теорією масової комунікації. Мета медіаосвіти – допомагати аудиторії в розумінні основних законів та мови медіа як різновиду мистецтва, розвивати естетичне сприйняття та смак, здатність до кваліфікованого аналізу медіатекстів. Тому основний зміст медіаосвіти полягає у вивченні мови медіакультури, її історії, авторського світу творців. Педагоги навчають школярів критичному аналізу художніх медіатекстів, їх інтерпретації та кваліфікованої оцінки. Л. Мастерман вважає, що художня теорія медіаосвіти є дискримінаційною через те, що проголошує своєю метою розвиток здатності до кваліфікованого судження тільки щодо спектра мистецтва в медіаінформації. Він вважає, що питання оцінки якості медіатексту не повинні бути центральними в медіаосвіті. Головна ж мета – допомогти учням зрозуміти механізм функціонування медіа, те, чиї інтереси вони захищають, як зміст медіатекстів віддзеркалює реальність, як він сприймається аудиторією [7, 22–25; цит. за: 4].

Шостою О. Федоров називає семіотичну теорію медіаосвіти. Звичайно, вона ґрунтується на працях структуралістів. Медіапедагоги цього напрямку стверджують, що медіа часто намагаються прихова-



ти знаковий характер своїх текстів. Таким чином, роль медіаосвіти – допомогти пасивній аудиторії правильно читати тексти ЗМІ. Основним змістом навчання стають коди та «граматика» медіатексту, тобто мова медіа, а стратегією – навчання правил декодування медіатексту, опис його змісту, асоціацій, особливостей мови тощо. При цьому знаковий характер мають будь-які предмети, які мають наклад, наприклад, туристичні путівники, обкладинки журналів. «Непрозорість» тексту пояснюється ще й тим, що медіа не відображають реальність, а представляють її.

За сьомою теорією медіаосвіта репрезентується як засіб формування критичного мислення. Медіа тут представлені як четверта влада, що може диктувати пріоритети (порядок денний) для аудиторії. Метою медіаосвіти є захист аудиторії від маніпуляційного впливу медіа, навчання орієнтації в медійному потоці. Педагог у процесі занять вивчає з учнями вплив ЗМІ на індивідів та суспільство за допомогою кодів (символів), розвиває критичне мислення стосовно медіаматеріалів. Вважається, що аудиторія в умовах надлишку інформації потребує орієнтир, вона має бути навчена сприймати та аналізувати інформацію, повинна мати уявлення про механізми та наслідки впливу медіа. Учні повинні вміти розпізнавати однобічну чи перекручену інформацію (особливо телевізійну, бо вважається, що вона має більший вплив). Вони мають знаходити різницю між загальновідомими фактами і такими, що потребують перевірки; визначати надійність джерела інформації; допустимі та недопустимі твердження; різницю між головною та другорядною інформацією; ангажованість суджень; недоведені аргументи; логічну несумісність тощо. Тобто в учнів виробляється імунітет до бездоказовості, замовчування, брехні. У результаті виховується людина, підготована до сприйняття інформації мас-медіа, здатна повноцінно зрозуміти та проаналізувати її, протистояти маніпуляційним впливам. О. Федоров наводить думку директора медіаосвітнього центру CLEMI Ж. Гонне, який вважає, що головне – допомогти учням стати вільними, толерантними громадянами демократичного суспільства, які мають автономне мислення [24, 10; 21, 24; цит. за: 4]. Аналогічної позиції дотримується британський дослідник Р. Фергюсон [24, 16–17; цит. за: 4].

Восьмою є культурологічна теорія медіаосвіти. Її прихильники вважають, що медіа пропонує, а не нав'язує інтерпретацію текстів. Аудиторія завжди перебуває у процесі діалогу з медіаповідомленнями та їх оцінюванням. Аудиторія самостійно аналізує контент, по-своєму його інтерпретує. Головною метою медіаосвіти є допомогти учням зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання тощо.

О. Федоров спробував згрупувати теорії медіаосвіти. До захисних він зарахував ін'єкційну, ідеологічну та естетичну. У всіх цих випадках педагоги мають намагатися охороняти учнів від шкідливого

впливу медіа. Противники цих підходів говорять про те, що не беруться до уваги смаки та потреби школярів. До аналітичних належать теорії критичного мислення, семіотична та культурологічна. Загалом зроблено висновок, що в концепціях медіаосвіти переважають виховні, навчальні та креативні підходи до використання можливостей медіа. О. Федоров виокремив такі типові етапи цих теорій: 1) отримання знань про історію, культуру, мову та теорії медіа (освітній складник); 2) розвиток сприйняття медіатекстів, розуміння їх мови, активізація уявлення, зорової пам'яті, розвиток різних видів мислення (зокрема критичного, логічного, творчого, образного, інтуїтивного), вмінь усвідомленого розуміння ідей (моральних, філософських проблем тощо), образів тощо; 3) розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа. Усі ці етапи мають бути подані у комплексі, інакше медіаосвіта матиме однобічний характер [4; 23, 149–158].

О. Федоров провів опитування вчителів з метою з'ясувати популярність тих чи інших теорій медіаосвіти. За його даними, на першому місці опинилася теорія розвитку критичного мислення та автономності особистості щодо медіатекстів (63,16 %); на другому – естетична (57,89 %); на третьому – ідеологічна (50,88 %); на четвертому – культурологічна (43,86 %); на п'ятому – практична (43,86 %); на шостому – семіотична (36,84 %); на сьомому – захисна, протекційністська (35,09 %); на восьмому – розвитку демократичного мислення (35,09 %); на дев'ятому – задоволення потреб аудиторії (33,33 %) [25]. Як бачимо, російські педагоги надають явну перевагу питанням формування критичного погляду на матеріали медіа та виховання особистості, яка розуміє свою автономність від ЗМІ.

Треба зазначити, що сама собою спроба узагальнити та систематизувати теоретичні напрацювання вчених різних країн, без сумніву, позитивна. Але в цьому випадку досліднику явно бракувало знань про основні теорії масової комунікації. Поза увагою залишилися, наприклад, пізніші та більш пристосовані до сьогодення теорії лідерів думок, гейткіперів, спіралі мовчання, пізнання, навчання тощо. Саме вони показують механізми дії медіа та досягнення ними ефектів. Розуміння таких механізмів, на наш погляд, є обов'язковою частиною медіаосвіти.

Кілька потужних центрів медіаосвіти існують у Російській Федерації. Згідно з поглядами російських колег медіаосвіта – це напрям у педагогіці, який вивчає «закономірності масової комунікації (преси, телебачення, радіо, кіно, відео тощо). Основні завдання медіаосвіти: підготувати нове покоління до життя у сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опанувати способи спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів» [26, 555; цит. за: 11; 25].



Майже дослівно повторює це визначення «Психолого-педагогічний словник» [27, 241; 23, 149–158; цит. за:].

Один із засновників російської медіаосвіти Ю. Усов вважає, що це процес розвитку особистості засобами і на матеріалі мас-медіа [28, 16; цит. за: 9]. Інший теоретик А. Шариков розуміє під медіаосвітою освіту в сфері масової комунікації, розуміння «таємниць та закономірностей цього надзвичайно важливого феномена» [29, 4; цит. за: 9]. С. Пензін додає, що медіаосвіта не може обмежуватися навчанням аудиторії грамотності, на його думку, необхідний «синтез естетичного та етичного» [30, 45; цит. за: 9]. Як бачимо, більшість дослідників дотримуються думки, що медіаосвіта має бути навчанням критичного сприйняття текстів, а не здобуттям навичок інструментального використання медіа у процесі вивчення інших наук.

За О. Федоровим, **медіаосвіта** – це процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі мас-медіа з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, вмінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки. Тобто людина повинна мати можливість та вміння активно використовувати інформаційне поле преси, радіо, телебачення, кінематографа, інтернету. У зміст медіаосвіти він вкладає основи мистецтвознавства у медіасфері (види і жанри медіа, функції медіа в соціумі, мову ЗМІ, історію медіакультури тощо), відомості про основні сфери застосування теоретичних знань (професійні ЗМІ, аматорська медіасфера, канали розповсюдження медіа тощо), практичні, творчі завдання на медіаматеріалі. Основними завданнями медіаосвіти визнаються: навчання того, як грамотно читати медіатекст; набуття здатності самостійно сприймати та оцінювати інформацію, розвиток самостійності суджень, критичного мислення, естетичного смаку; вміння інтегрувати знання та навички, отриманні під час навчання, у процесі сприйняття, аналізу та творчої діяльності тощо. Виокремлюються *типові методи медіаосвіти*: **вербальні** (розповідь, лекція, бесіда, діалог, обговорення, аналіз, дискусія тощо), **наочні** (перегляд аудіовізуального матеріалу), **репродуктивні, дослідницькі, евристичні, проблемні, ігрові** (моделювання художньо-творчої діяльності творців медіатекстів, імпровізація тощо). Також назвемо *моделі медіаосвіти*: **освітньо-інформаційні** (вивчення теорії та історії, мови медіакультури тощо), **виховно-етичні** (розгляд моральних, релігійних, філософських проблем на матеріалі ЗМІ тощо), **практико-утилітарні** (практичне вивчення та застосування медіатехніки), **естетичні** (виховання художнього смаку на кращих зразках медіакультури), **соціокультурні** (розвиток творчої особистості в плані сприйняття, уяви, зорової пам'яті, інтерпрета-

ції, аналізу, критичного мислення стосовно медіатекстів будь-яких видів і жанрів тощо). Також виокремлено *функції медіаосвіти*: **інформаційно-комунікаційна, просвітницька, пізнавальна, корекційна, соціальна, психологічна, культурологічна, естетична, етична, практико-орієнтована** тощо. [11; 25; 31, 8].

О. Федоров вважає, що у медіаосвіті можна виокремити такі *основні напрями*: 1) медіаосвіту майбутніх професіоналів: журналістів (преси, радіо, телебачення, інтернету), кінематографістів, редакторів, продюсерів тощо; 2) медіаосвіту майбутніх педагогів в університетах, підвищення кваліфікації викладачів; 3) медіаосвіту як частину загальної освіти школярів та студентів, яка може бути інтегрована у традиційні дисципліни або викладатися автономно; 4) медіаосвіту у закладах додаткової освіти або рекреаційних центрах; 5) дистанційну медіаосвіту школярів, студентів та дорослих за допомогою радіо, телебачення, інтернету; 6) самостійну, безперервну медіаосвіту, що здійснюється протягом усього життя людини [4].

Серед *основних умов розвитку процесу медіаосвіти* О. Федоров називає такі: загальну орієнтацію на розвиток особистості (включаючи формування естетичної свідомості, художнього сприйняття, смаку тощо; розвиток критичного мислення, творчого потенціалу індивідуальності у руслі гуманізму); урахування психологічних особливостей, реальних інтересів молодіжної та дитячої аудиторії; розробку критеріїв розвитку медіасприйняття та здатності до критичного, творчого ставлення до медіа; вдосконалення моделей, програм, методик, форм проведення занять зі школярами та студентами на матеріалі медіа; модернізація матеріально-методичної бази освіти; включення до вишівських та шкільних програм курсів, що пов'язані з медіаосвітою. Сама ж система медіаосвіти включає: цільові настанови на розвиток особистості; компонентність (складники системи: педагоги, учні, засоби навчання та виховання, педагогічна модель, формування цілісного сприйняття та аналізу медіатекстів, індивідуального творчого і критичного мислення, ознайомлення з основними етапами історії медіакультури); структурність (взаємозв'язок компонентів системи, логічна обґрунтованість етапів моделі, домінантність інтелектуального над емоційним); функціональність (змістова частина, проблемна, евристична, ігрова методика проведення занять); комунікаційність (співвідношення моделі, програми, методики з сучасною соціокультурною ситуацією); практична реалізація і результативність. Також виокремлено підходи до медіаосвіти: інтегрований підхід (через традиційні предмети літератури, зображального мистецтва, історії, музики тощо); факультативний підхід (створення мережі гуртків, клубів, секцій тощо); спеціальний підхід (створення спеціальних курсів) [23, 149–158].



Інша російська дослідниця І. Жилавська розглядає медіаосвіту як набір засобів та методів навчання молоді самостійного сприйняття продуктів медійного виробництва. Наводиться погляд А. Короченського, який підкреслював: «У наші дні дедалі більшого розповсюдження набуває широке розуміння медіаосвіти як розгорнутої, довгострокової суспільно-просвітницької діяльності. Його симпатичні розуміють під медіаосвітою перш за все неперервний розвиток у суспільстві культури адекватного раціонально-критичного сприйняття змісту медійних текстів та самостійної оцінки діяльності мас-медіа – інформаційної культури, заснованої на демократичних та гуманістичних ідеалах та цінностях, на повазі до принципу культурного розмаїття» [32, 187–188; цит. за: 5, 9]. Як одна з умов розвитку ідеї медіаосвіти розглядається трансформація ролі індивіда від об'єкта впливу до активного учасника суспільних процесів, розвиток суспільного діалогу, інститутів громадянського суспільства. Соціальними передумовами розвитку системи медіаосвіти називаються здатність і готовність різних соціальних груп та окремих індивідів до сприйняття глобальних проблем через мас-медіа. Ідеться про створення інформаційного середовища, в якому забезпечено загальний доступ до інформації (офіційної, правової, муніципальної, екологічної, ділової, споживацької, інформації для дітей та юнацтва), що є суспільним надбанням. У цих умовах здійснюється розвиток інформаційної інфраструктури в інтересах освіти, науки, культури та комунікацій, а також співпраця держави, бізнесу та неурядових організацій для досягнення громадської згоди та реалізації принципу соціального договору. Медіаосвіта також уже сьогодні може стати одним із потужних інструментів профілактики асоціальної поведінки молоді, запобігання розповсюдженню шкідливих впливів у молодіжному середовищі. Дослідниця медіаосвіти І. Фатеева вважає, що цей термін означає «всі цілеспрямовані та систематичні дії, призначені для задоволення освітніх потреб, які породжуються фактом існування масмедіа [5, 83; 33, 270]. А. Я. Засурський та О. Вартанова склали формулу: захист від мас-медіа + підготовка до аналізу мас-медіа + розуміння сутності та функцій мас-медіа + усвідомлена участь у медіакультурі = медіаосвіта. І. Жилавська вважає, що **медіаосвіта** – це *сукупність системних дій суб'єктів медіаосвітньої діяльності, спрямованих на формування особистості, яка має культуру спілкування з мас-медіа, ґрунтуючись на гуманістичних ідеалах та цінностях*. А в широкому сенсі медіаосвіта – це освіта у сфері медіа. Під медіаосвітньою діяльністю мається на увазі цілеспрямовані дії журналістів, медіаменеджерів, педагогів, інших членів соціуму, які забезпечують реалізацію завдань медіаосвіти. Завдання медіаосвіти полягають у тому, щоб навчити молоду людину грамотно «читати» медіатекст; розвинути здібності до сприйняття та аргументованої оцінки

медіаінформації, самостійності суджень, критичного мислення, прищепити естетичний смак; допомогти інтегрувати знання та вміння, отриманні на різних заняттях, у процесі сприйняття, аналізу інформації, творчої діяльності; виявити і сформувати через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність. До загальних завдань медіаосвіти додаються завдання, що стоять перед самими медіа: залучення аудиторії, підвищення її медіаграмотності та створення сприятливого медіасередовища. Загалом медіаосвіту у ціннісній системі координат можна назвати інститутом громадянського виховання. Її предметом є взаємодія людини з медіа, система знань та вмінь, необхідних людині для повноцінного сприйняття та аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості. Виокремлюється також поняття **медіаграмотності**, під яким І. Жилавська розуміє *вміння аналізувати та синтезувати медійну реальність, вміння «читати» медіатекст, здатність використовувати медійну техніку, знання основ медіакультури, тобто результату медіаосвіти* [5, 9, 81–87]. Як бачимо, з останнього визначення випало головне – критичне сприйняття інформації, здатність протистояти маніпуляційним впливам.

Певну увагу дефініції та проблемам медіаосвіти приділяли й українські вчені. А. Литвин вважає, що **медіаосвіта** – це *навчання на матеріалі та за допомогою ЗМІ, кінцева мета якого – медіаграмотність, здатність до критичного сприйняття медіаповідомлень*. При цьому він ґрунтується на думці С. Гончаренко: «**Основним завданням медіаосвіти** є підготовка нового покоління до життя у сучасних інформаційних умовах, до сприйняття та розуміння різної інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку тощо» [2; 34, 203]. Хоча і висловлює спірне судження стосовно того, що порівняно з традиційним навчанням медіаосвіта більше спрямована не на логічний, а на чуттєвий бік пізнання. Наводиться також визначення з сучасної «Енциклопедії освіти», де **медіаосвіта** – це *«технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, розповсюдження, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (автором медіатексту) і об'єктом (масовою аудиторією), а саме: друк, фотографія, радіо, кінематограф, телебачення, відео, мультимедійні комп'ютерні системи, включаючи Інтернет»* [35, 481; цит. за: 2]. Звичайно, **таке формулювання абсолютно неправильне**. Автори плутають медіаосвіту та власне мас-медіа. На думку ж самого А. Литвина, завданням медіаосвіти є формування критично мислячої, соціально активної, комунікативної особистості, яка вільно й осмислено орієнтується у медіапросторі. А. Хугорський вважає, що найважливішими аспектами медіаосвіти є: пошук потрібної інформації в різних джерелах; встановлення зв'язків між різними



інформаційними джерелами; виділення головного в інформаційному повідомленні; добування з інформації необхідних даних, їх систематизація; розуміння спрямованості інформаційного потоку, мети комунікації; виявлення помилок, які спотворюють одержану інформацію; сприйняття і розуміння різних точок зору на одне повідомлення; створення власних аргументованих висловлювань щодо повідомлення; складання рецензій на інформаційні повідомлення; перетворення одного виду інформації на інший (вербальну на візуальну); перетворення інформації, враховуючи особливості аудиторії; визначення форми викладу інформації, адекватної її змісту; оволодіння найпростішим інструментарієм роботи з інформацією [36; цит. за: 2]. А. Литвин вважає, що на початку ХХІ ст. зміст і мета медіаосвіти певною мірою трансформувалися. Виникнення нових ЗМІ призводить до того, що медіаосвіта сприяє переходу до елементів загальної теорії комунікацій: таке навчання дає змогу оволодіти цілісною картиною засобів створення, принципів роботи і впливу сучасних медіа на становлення особистості. *До базових цілей медіаосвіти входять*: розвиток комунікативних здібностей учнів; формування критичного мислення; навчання сприймання інформації, перекодування візуального образу у вербальну знакову систему; оцінювання якості інформації, вироблення вмінь вибирати у процесі «споживання» інформації з мас-медіа; підвищення загальнокультурного рівня особистості [37; цит. за: 2]. А. Литвин пропонує таку *послідовність етапів медіаосвіти*: оволодіння технічними засобами нових медіа; навчання сприйняттю інформації з екрану; навчання оцінювати якість інформації; формування критичного мислення учня; навчання емоційного сприйняття творів сучасної медіакультури; розкриття технології створення й інтерпретації інформації; творчість за допомогою засобів нових медіа. Він вважає, що у навчальних закладах України у процесі інформаційної підготовки майбутніх фахівців *необхідно сформуванати такі вміння*: орієнтуватися в сучасному медіапросторі; розуміти основні принципи функціонування різних видів засобів масової інформації; розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати і оцінювати медіаповідомлення; розшифровувати та використовувати закодовану в медіаповідомленнях інформацію; знати правила культури спілкування в інформаційному суспільстві та методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації; розрізняти та застосовувати методи організації професійної діяльності з використанням технології мультимедіа; збирати, обробляти, зберігати та передавати інформацію з урахуванням пріоритетів професійної діяльності; самостійно створювати медіаповідомлення в галузі професійної діяльності. Оскільки сучасна медіаосвіта тісно пов'язана з інформатизацією навчального процесу, безумовно, методологічні та методичні проблеми їх впроваджен-

ня мають вирішуватися комплексно. При усіх перевагах інформаційно-комунікаційних технологій існує небезпека виникнення «псевдоінформаційної» технології навчання, коли робота з мультимедіа в межах різних дисциплін стає самоціллю, а не засобом досягнення навчальної мети. Проте, як стверджує І. Зязюн, навіть з урахуванням негативних тенденцій у застосуванні сучасних комп'ютерних технологій чітко простежується їх антропоцентрична природа [38, 11; цит. за: 2].

Слід зазначити, що 20 травня 2010 р. постановою Президії Національної академії педагогічних наук України було схвалено Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні. Згідно з цією концепцією **медіаосвітою вважається** частина освітнього процесу, спрямована на формування в су-спільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. **А медіаграмотність** – це рівень медіакультури, який стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відрізняти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують. **Метою медіаосвіти** є формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо). Її **головними завданнями** є сприяння формуванню: медіаімунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу, забезпечує психологічний добробут у процесі споживання медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, вміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих та прихованих впливів; рефлексії та критичного мислення як психологічних механізмів медіаграмотності, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції на основі ефективного орієнтування у медіапросторі та осмислення власних медіапотреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту і форми інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних ЗМІ; здатності до медіатворчості для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань, покращення якості міжособової комунікації та приязності соціального середовища, мережі стосунків та якості життя в значущих для особистості спільнотах; спеціалізованих аспектів медіакультури: візуальної медіакультури (сприймання кіно, телеба-



чення), музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, та сучасних напрямів медіамистецтва тощо. На думку фахівців АПН України, пріоритетними напрямами розвитку ефективної системи медіаосвіти в Україні є: створення системи шкільної медіаосвіти, що передбачає розроблення психологічно обґрунтованих навчальних програм інтегрованої освіти для молодших класів загальноосвітніх шкіл, сприяння поширенню практики інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів, напрацювання низки факультативних медіаосвітніх програм для підлітків, впровадження курсу медіакультури з урахуванням профільного навчання, активізація гурткової роботи, фото-, відео-, анімаційних студій, інших позакласних форм учнівської творчості медіаосвітнього спрямування; розроблення стандартів фахової підготовки медіапедагогів і медіапсихологів для системи освіти, спеціалізованих навчальних курсів для підготовки і перепідготовки фахівців медіаосвітнього профілю на базі вищої педагогічної та психологічної освіти; активізація співпраці вищих навчальних закладів, які готують фахівців для медіавиробництва і сфери мистецтва, з Національною академією наук України та Національною академією педагогічних наук України з метою проведення міждисциплінарних досліджень з проблем медіаосвіти, налагодження обміну досвідом і кадрового забезпечення викладання спеціальних дисциплін для медіапедагогів; організація за участю громадських об'єднань і медіавиробників різних форм позашкільної освіти, включаючи форми для дітей дошкільного віку, батьківської педагогіки, творчих студій для дітей і молоді, дитячі та молодіжні фестивалі, конкурси, проекти місцевого і всеукраїнського рівня для сприяння розвитку медіакультури і підтримки системи медіаосвіти; налагодження повноцінного суспільного діалогу з метою оптимізації медіаосвітньої діяльності самих медіа, підвищення психологічної та педагогічної компетентності працівників молодіжних редакцій різних ЗМІ, поліпшення якості дитячих і молодіжних програм.

Загалом, слід зауважити, що розуміння медіаосвіти закордонними та вітчизняними педагогами суттєво відрізняється. Якщо на Заході наголос робиться на формуванні автономної від медіа особистості, то в Україні – на опануванні медіаобладнанням та використанні можливостей ЗМІ у навчальному процесі.

Низка вчених виокремлюють суміжні з медіаосвітою поняття. Для прикладу, О. Федоров подає дефініції медіадидактики, яка, на його думку, є теорією медійного навчання, яка включає цілі, зміст, організаційні форми, способи і засоби, що допомагають розвитку медіаграмотності та медіакомпетентності. Медіакомпетентністю є сукупність мотивів особистості, її знань, умінь, здатностей, що сприяють вибору,

використанню, критичному аналізу, оцінці, створенню і передачі медіатекстів у різних видах, формах і жанрах, аналізу складних процесів функціонування ЗМІ у соціумі. Називається ще термін медіапедагогіки, під яким розуміється спеціальна галузь педагогіки, тобто наука про медіаосвіту і медіаграмотність. Вона розкриває закономірності розвитку особистості у процесі медіаосвіти [11].

Цікаво порівняти цю думку з поглядами українських учених. На думку В. Робака, медіапедагогіка – це сукупність усіх педагогічних концепцій, теорій, технологій і методик, які базуються на комплексному застосуванні медіа (включно з емпіричним досвідом, теоретичними положеннями та нормативними актами) [39, 71; цит. за: 2]. Він вважає, що є **три основні рівні взаємодії мультимедіа та педагогіки**:

1. *Медіа як засоби набуття знань, умінь і навичок в освітньому процесі.* Наприклад, під час уроку демонструються слайди, фільми або використовуються аудіозаписи (це планується заздалегідь); під час навчального заняття студенти використовують комп'ютерну техніку для пошуку інформації; у системі дистанційної освіти слухачі засвоюють навчальний матеріал за допомогою комп'ютерів і мережевих технологій.

2. *Медіа як предмет у виховному процесі.* Наприклад, з метою формування світогляду, виховання в учнів певних моральних рис під час навчальних занять використовують фрагменти з різних фільмів.

3. *Вплив мультимедіа на учнів у позаурочний час із метою організації змістовного дозвілля* (вивчення періодики, перегляд фільмів тощо). Цей процес, зрозуміло, менш контрольований. На думку А. Литвина, **медіадидактика** – це частина медіапедагогіки, в основі якої лежать питання застосування медіа в навчальному процесі, передусім розроблення інформаційно-освітніх технологій, особливостей організації дистанційного навчання, розроблення і апробації нових дидактичних мультимедіа (електронних навчальних програм, посібників, підручників тощо). **Медіавиховання** – розділ медіапедагогіки, покликаний формувати світогляд, інтереси, потреби, ідеали, мотиви, ціннісні орієнтації, свідомість, переконання, судження, а також конкретні риси характеру особистості, моделі поведінки; розвивати культуру людини засобами масової комунікації. Центральним поняттям медіаосвіти називається **медіакомпетентність**, яка характеризується такими критеріями: розуміння видів впливу медіа на людину і суспільство, вміння уникати маніпуляцій; можливість здійснювати правильний вибір медіа; вміння користуватися різними медіатехнологіями, вести пошук необхідної інформації; уміння самому створювати медіапродукти [39, 86; цит. за: 2]. Як бачимо, ці визначення свідчать про зміщення української педагогічної науки у бік використання медіа,



тоді як у демократичних країнах наголос робиться на розвитку критичного мислення.

О. Федоров справедливо вважає, що відбувається змішування та підміна понять «медіаосвіта» та «медіаграмотність». Він провів опитування 26 медіапедагогів із 10 країн світу. Виявилось, зокрема, що 96,15 % опитаних вважають правильним визначення медіаосвіти, запропоноване ЮНЕСКО (воно у нас наведене вище).

Щодо медіаграмотності, то було запропоновано три варіанти відповідей. Перша: «Медіаграмотність виступає за те, щоб людина була активною та медіаграмотною, мала розвинену здатність до сприйняття, створення, аналізу, оцінки медіатекстів, до розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа у сучасному світі, кодових та репрезентаційних систем, які використовують медіа; життя такої людини у суспільстві та світі пов'язане з громадянською відповідальністю» [17, 94] отримала 57,69 % голосів. Друга: медіаграмотність – це рух, який має допомагати людям розуміти, створювати й оцінювати культурну значущість аудіовізуальних та друкованих текстів. Медіаграмотний індивідум, яким повинна мати можливість стати кожна людина, здатен аналізувати, оцінювати і створювати друковані та електронні медіатексти [40, 1] – 61,54 % голосів. Третя: медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати і передавати повідомлення у різних формах [10, 2] – 46,15 % голосів. Як бачимо, явного лідера немає, голоси розподілилися приблизно порівну. Було з'ясовано, що медіаосвіта передбачає: використання медіа на інтегрованій, міжпредметній основі навчального плану; розгляд «медіатеми» у рамках конкретного навчального предмета; розвиток критичного розуміння медіа через аналітичну та практичну роботу; вивчення форм, умовностей та технологій; вивчення медіагентств, їхніх соціальних, політичних і культурних ролей; досвід роботи студента з медіа, співставлення його з проблемами власного життя; дослідницька діяльність; запозичення з аудіовізуальної продукції, вплив англійської мови та американського мистецтва. Медіаграмотність засновується на: усвідомленні впливу медіа на особистість і суспільство; усвідомленні процесу масової комунікації; здатності аналізувати та обговорювати медіатексти; розумінні контексту медіа; здатності до створення та аналізу медіатекстів; традиційних та нетрадиційних навичках грамотності; задоволенні, розумінні та оцінці змісту медіатекстів. Експерти виокремили такі цілі медіаосвіти та медіаграмотності (в порядку зменшення значущості): розвивати здатність до критичного мислення та критичної автономії особистості; удосконалювати здатність до сприйняття, оцінки, розуміння, аналізу медіатекстів; готувати людей до життя в демократичному суспільстві; розвивати знання соціальних, культурних, політичних та економічних смислів та підтекстів медіаповідомлень;

навчати декодування повідомлень; розвивати комунікативні можливості особистості; удосконалювати здатність до естетичного сприйняття, оцінки, розуміння медіатекстів, до оцінки естетичних якостей медіатекстів; навчати людину самовиражатися за допомогою медіа; навчати людину ідентифікувати, інтерпретувати медіаповідомлення, експериментувати з різними способами технічного використання ЗМІ, створювати медіапродукти; давати знання з теорії медіа та медіакультури; навчати історії медіа та медіакультури [25]. Чітко простежується, що більшість дослідників дотримуються парадигми навчання людини критичного мислення та автономії від медіа.

Загалом вважається, що термін «медіаграмотність» було утворено від термінів «критичне бачення» та «візуальна грамотність». Також використовуються такі терміни, як «технологічна грамотність», «інформаційна грамотність», «комп'ютерна грамотність» тощо. Д. Консайдін вказує на те, що у США терміни «медіаграмотність» та «медіаосвіта» використовуються паралельно, причому перший відоміший широкій публіці. Під терміном же «медіаосвіта» часто розуміють набуття учнями знань про медіа [41, 125; цит. за: 9]. Але значна частина вчених дотримуються думки, що медіаграмотність – це частина медіаосвіти. К. Ворсноп вважає, що медіаграмотність – це результат медіаосвіти, вивчення медіа. Чим більше ви вивчаєте медіа (за допомогою медіа), тим більше ви медіаграмотні, тобто медіаграмотність – це здатність до експериментування, інтерпретації/аналізу та створення медіатекстів [43, 10; цит. за: 42]. Інші вчені вважають, що медіаграмотність має на меті активну та грамотну людину, набулу розвиненої здатності до сприйняття, створення, аналізу, оцінки медіатекстів, до розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа у сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем, які використовуються медіа; життя такої людини у суспільстві та світі пов'язане з громадянською відповідальністю [17, 94; цит. за: 42]. Р. Кьюбі вважає, що медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати повідомлення у різних формах [10, 2; цит. за: 11; 42]. Тобто фактично всі вчені сходяться на тому, що медіаграмотність – це набуті під час навчання навички аналізу та оцінки медіа.

О. Федоров вважає, що медіаграмотність дає змогу учням та студентам спілкуватися з медіа під критичним кутом зору, з розумінням значущості медіа в їхньому житті. Медіаграмотний учень чи студент має бути здатний критично та усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію щодо популярної культури та чинити супротив маніпуляціям. Навчання медіаграмотності має надати студентам та учням можливості: розвивати здатність, знання та відносини, необхідні для аналізу способів, за допомогою яких медіа активно кон-



струюють реальність; отримувати знання соціального, культурного, політичного та економічного значення цих конструкцій та цінностей, які вони розповсюджують; розвивати рівень оцінки та естетичного сприйняття медіатекстів; декодувати медіатексти, щоб розпізнати та оцінити культурні цінності, практичну значущість, ідеї, що містяться в них; розпізнавати, аналізувати та застосовувати різноманіття технічних засобів для використання та створення медіатекстів; усвідомлювати, що ті, хто створюють (конструюють) медіатексти, роблять це, виходячи з багатьох мотивів (контроль, тиск тощо) – економічних, політичних, культурних, організаційних, технічних, соціальних; розуміти, що кожна людина залучена до селективного та аналітичного процесу дослідження медіатекстів. Цей процес та пов'язані з ним смисли та значення залежать від психологічних, соціальних та природних чинників [44, 7; цит. за: 4]. П. Ауфдерхайд та К. Файрстоун визначали медіаграмотність як рух, який має допомогти людям розуміти, створювати та оцінювати культурну значущість аудіовізуальних та друкованих текстів [40, 1; 17, 94; цит. за: 4].

Російська дослідниця С. Носова вважає, що необхідність медіаграмотності обумовлена невідповідністю споживацьких цінностей, що транслюються популярною культурою, традиційним людським цінностям, які поступово втрачають значущість для сучасних старшокласників та студентів. Молодь має розуміти, яким чином медіа, що зацікавлені у просуванні визначених товарів та ідей, можуть маніпулювати фактами. Важливим завданням є формування критичного ставлення до мас-медіа, руйнація уявлень про популярну культуру як про винятково розважальну [45, 2; цит. за 42].

За Дж. Брауном, поняття медіаграмотності має різні визначення для осіб різних професій. Традиційно медіаграмотність давала людині можливість аналізувати та оцінювати літературні твори і створювати якісні тексти. Але у другій половині ХХ ст. вона трансформувалась у здатність компетентно аналізувати, вміло оцінювати та використовувати друковані форми комунікації, кіно-, радіо- та телепрограми, а також інтернет [46, 44; цит. за: 42].

Канадський вчений Дж. Пандженте вивів вісім ключових принципів медіаграмотності, які дають змогу краще вивчати медіапродукти [48; цит. за: 42]:

1. *Будь-який медіапродукт – це сконструйована реальність.* Він відображає не реальний світ, а деякі суб'єктивні, ретельно дібрані уявлення про нього. Медіаграмотність дає можливість руйнувати такі штучно створені конструкції та розуміти принципи їх створення.

2. *Медіа конструюють реальність.* Саме медіа формують більше уявлень про навколишнє середовище та особисте ставлення до того, що відбувається. Ставлення до об'єктів реального світу формується на основі медіаповідомлень, які, своєю чергою,

сконструйовані фахівцями, що мають визначені комунікативні цілі. ЗМІ певною мірою формують наше почуття реальності.

3. *Отримувачі медіаповідомлення інтерпретують його смисл.* Медіа забезпечують свою аудиторію інформацією, на основі якої формується уявлення про реальність. Отримувачі повідомлення інтерпретують та надають смисл, ґрунтуючись на власному досвіді та таких індивідуальних характеристиках, як особисті запити та очікування, актуальні проблеми, сформовані національні та гендерні уявлення, соціальний та культурний досвід тощо.

4. *Медіа мають комерційну підтримку.* Медіаграмотність дає уявлення про те, хто підтримує будь-який різновид ЗМІ з комерційної точки зору і як комерційний підтекст впливає на зміст медіа-продукту, його якість. Створення медіапродукту – це передусім бізнес, який має приносити прибуток. За будь-яким медіабізнесом стоять конкретні люди зі своїми інтересами, саме ці інтереси визначають зміст того, що дивиться, читає, слухає отримувач медіаповідомлення.

5. *Будь-яке медіаповідомлення транслює ідеологію та інформацію про визначені цінності.* Будь-який медійний продукт – це певним чином реклама способу життя та тих чи інших цінностей. Явно чи опосередковано медіа створюють в очах аудиторії уявлення про «гарне» життя; формують споживацькі смаки та дають уявлення про загальну ідеологічну позицію.

6. *Медіа виконують соціальні та політичні функції.* Медіа впливають на політичну ситуацію та провокують соціальні зміни. Телебачення впливає на результати виборів. Електорат обґрунтовує свої рішення на уявленнях про кандидатів, тобто на сформованому іміджі. Медіа примушують нас замислюватися про події, які відбуваються в інших країнах.

7. *Зміст повідомлення залежить від форми медіа.* Різні медіа передають повідомлення про одну подію, роблячи наголос на різних його аспектах. Таким чином, аудиторія має змогу ознайомитися з різними точками зору та сформувані власну позицію.

8. *Кожен медіаресурс має власну унікальну естетичну форму.* Кожен медіапродукт має бути представлений аудиторії в естетичній формі, що дає можливість певною мірою отримувати задоволення від форми та змісту.

Цікаві пропозиції канадського дослідника трохи нівелюються неправильними уявленнями про силу впливу медіа.

Роблячи **висновки**, слід зазначити, що у документах міжнародних організацій медіаосвіта розглядається як набуття навичок опанування медіа. Фахівці ЮНЕСКО вважають, що право на медіаосвіту як частина прав на самовираження та інформацію належить до основних прав та свобод людини. Також

сталою є думка, що медіаосвіта має тривати все життя людини.

Важливе значення має розуміння медіа як автономного утворення, стосовно якого людина має відігравати активну та самостійну роль, не тільки не ідентифікуючи себе з медіа, а й займаючи щодо них постійну критичну позицію.

Частина західних учених вважають, що для ефективної медіаосвіти необхідна участь учнів у створенні медіапродукції. Мабуть, вважається, що таким чином учні навчаються сприймати журналістику як практичне заняття, а не сакральну галузь, і будуть критичніше сприймати результати праці журналістів.

Вчені вважають, що медіаосвіта докорінним чином відрізняється не тільки від навчання за допомогою медіа, а й від вивчення самих медіа. Метою медіаосвіти визнається досягнення медіаграмотності.

Важливість медіаосвіти в сучасному світі обумовлена тим, що мас-медіа в умовах глобалізації та інформаційного суспільства часто вирішально впливають на те, яким ми сприймаємо навколишній світ. Але часто ЗМІ безвідповідально ставляться до своєї функції чесно та правдиво інформувати про події та факти дійсності. Тобто віртуальна картинка світу часто значно відрізняється від картинки реальної. Медіаосвіта дає людині можливість самозахисту, вчить критично сприймати медійні повідомлення.

Огляд теорій медіаосвіти засвідчив, що вони мають фрагментарний характер і не спираються на цілісне узагальнення сучасного досвіду вивчення механізмів дії мас-медіа та досягнення ними ефектів, тобто впливу на аудиторії. Окрім того, розуміння закономірностей функціонування мас-медіа, ланок, де виникають шуми, тобто викривлення інформації, є, на наш погляд, обов'язковою складовою частиною вдалої медіаосвіти.

В Україні є певні теоретичні розробки та напрацювання у галузі медіаосвіти. Але необхідно зауважити, що, по-перше, в західних країнах давно вже є сталою практика медіаосвіти, на яку можна і треба орієнтуватися, по-друге, теоретичні розробки українських учених спрямовані не на формування критичного мислення автономної від медіа особистості (як у багатьох західних країнах), а на опанування медіаобладнанням та використання можливостей медіа в навчальному процесі.

Більшість учених вважають, що медіаграмотність – це результат медіаосвіти, коли людина набуває навичок з аналізу та оцінки медіаматеріалів.

Слід зазначити, що більшість фахівців із медіаосвіти перебувають у полоні застарілих уявлень про силу впливу медіа. Але навіть враховуючи цю похибку, висновки західних учених про шляхи впровадження медіаосвіти та досягнення медіаграмотності як її результату, критичного погляду на мас-медіа мають велике значення для розвитку української медіаосвіти.

1. *Гуріненко І. Ю.* Медіаосвіта як засіб професійної підготовки фахівця цивільного захисту / І. Ю. Гуріненко ; за ред.: М. М. Козяра, Н. Г. Ничкало // Інформаційні та телекомунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи : зб. наук. пр. – Львів : ЛДУ БЖД, 2009. – Ч. 1. – С. 181–184.

2. *Литвин А.* Завдання медіаосвіти в контексті підвищення якості професійної підготовки [Електронний ресурс]. – URL : http://www.nbu.gov.ua/porta/Soc_Gum/Pippo/2009_4/Lytvyn.htm.

3. *Media Education.* – Paris : UNESCO, 1984. – 211 p.

4. *Федоров А. В.* Медіаобразование в зарубежных странах / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Кучма, 2003. – 238 с.

5. *Жилавская И. В.* Медіаобразование молодежной аудитории / И. В. Жилавская. – Томск : ТИИТ, 2009. – 322 с.

6. *Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO // Education for the Media and the Digital Age.* – Vienna: UNESCO, 1999. – P. 273–274. Reprint in: *Outlooks on Children and Media [Електронний ресурс].* – Goteborg : UNESCO & NORDICOM, 2001. – P. 152. – URL : <http://edu.of.ru/medialibrary/>.

7. *Masterman L.* A Rational for Media Education // *Media Literacy in the Information Age.* – New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997. – P. 15–68.

8. *Masterman L.* *Teaching the Media* / L. Masterman. – London : Comedia Press, 1988. – 341 p.

9. *Федоров А.* Терминология медиаобразования [Електронний ресурс] / А. Федоров. – URL : media-gam.ru.

10. *Kubey R.* *Media Education: Portraits of an Evolving Field // Media Literacy in the Information Age.* – New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997.

11. *Федоров А. В.* Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.

12. *Kubey R.* *Media Literacy in the Information Age* / R. Kubey (Ed.). – New Brunswick ; London, 1997. – 484 p.

13. *Kubey R.* *Obstacles to the Development of Media Education in the United States // Journal of Communication.* – Winter, 1998. – P. 58–69.

14. *Gerbner G.* *Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. // The New Citizen.* – 1995. – Vol. 2. – № 2.

15. *Feilitzen C. von.* *Media Education, Children's Participation and Democracy // Children and Media: Image, Education, Participation / Feilitzen C. von and Carlsson U. (Eds.).* – Goteborg : UNESCO & NORDICOM, 1999. – P. 24–26.

16. *Новикова А. А.* Медіаобразование в англоязычных странах // Педагогика. – 2001. – № 5. – С. 87–91.

17. *Dorr A.* *Media Literacy // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences / N. J. Smelser, P. B. Baltes (Eds.).* – Oxford, 2001. – Vol. 14.

18. *Hart A.* *Understanding the Media* / A. Hart. – London : Routledge, 1991.

19. *McMahon B.* *Relevance and Rigour in Media Education : keynote Presentation to the National Media Education Conference* / B. McMahon. – Baltimore, 2003.

20. *Bazalgette C.* *Media Education Worldwide* / C. Bazalgette, E. Bevort, J. Savino. – UNESCO, 1992. – 256 p.



21. *Gonnet J.* Education aux medias: Les controverses fecondes / J. Gonnet. – Paris : CNDP ; Hachette, 2001. – 144 p.
22. *Piette J.* The Theoretical Foundation of Media Education / J. Piette, L. Giroux // Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997. – P. 89–134.
23. *Федоров А. В.* Основные теоретические концепции медиаобразования / А. В. Федоров, А. А. Новикова // Вестник Российского государственного гуманитарного фонда. – 2002. – № 1. – С. 149–158.
24. *Gonnet J.* Modes et permanences // Revue Educations. – 1997. – № 14. – P. 10–15.
25. *Федоров А. В.* Права ребенка и проблема насилия на российском экране / А. В. Федоров, А. А. Новикова. – Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. – 418 с.
26. *Российская педагогическая энциклопедия.* – М., 1993.
27. *Психолого-педагогический словарь* / сост. В. А. Мижериков ; ред. П. И. Пидкасистый. – Ростов : Феникс, 1998.
28. *Усов Ю. Н.* Медиаобразование в России (на материале экранных искусств). : доклад / Ю. Н. Усов. – М., 1995. – 18 с.
29. *Шариков А. В.* Медиаобразование: мировой и отечественный опыт / А. В. Шариков. – М. : Изд-во Академии педагогических наук, 1990. – 66 с.
30. *Пензин С. Н.* Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы / С. Н. Пензин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 176 с.
31. *Федоров А. В.* Медиаобразование: история, теория и методика / А. В. Федоров. – Ростов : ЦВВР, 2001. – 708 с.
32. *Короченский А. П.* Пятая власть? Медиакритика в теории и практике журналистики / А. П. Короченский. – Ростов : Изд-во Ростов. гос. ун-та, 2003.
33. *Фатеева И. А.* Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации : монография / И. А. Фатеева. – Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007.
34. *Гончаренко С.* Український педагогічний словник / С. Гончаренко. – К. : Либідь, 1997. – 376 с.
35. *Задорожна І. Т.* Медіаосвіта / І. Т. Задорожна, Т. В. Кузнецова ; голов. ред. В. Г. Кремень // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України. – К. : Юрінком Інтер, 2008.
36. *Хуторской А.* Современная дидактика / А. Хуторской. – С.Пб. : Питер, 2001. – 536 с.
37. *Тверезовська Н. Т.* Теоретичні та методичні основи створення і використання навчальних експертних систем у підготовці фахівців вищих навчальних закладів : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04. / Н. Т. Тверезовська. – К., 2002. – 632 с.
38. *Зязюн І. А.* Антропологічний вимір комп'ютерних технологій // Інформаційно-телекомунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи : зб. наук. пр. / за ред. М. М. Козяра, Н. Г. Ничкало. – Львів : ЛДУ БЖД, 2009. – Ч. 1. – С. 6–13.
39. *Робак В.* Медіапедагогіка: аналіз інноваційного зарубіжного досвіду // Діалог культур: Україна у світовому контексті: Філософія освіти : зб. наук. пр. / ред. кол. : І. А. Зязюн (голов. ред.), С. О. Черепанова (упоряд., відп. ред.), Н. Г. Ничкало, С. О. Сисоєва та ін. – Львів : Сполом, 2002. – Вип. 8. – С. 70–92.
40. *Aufderheide P.* Media Literacy : a report / P. Aufderheide, C. Firestone. – Queenstown, MD : The Aspen Institute, 1993.
41. *Considine D.* Media Education in United States of America // Educating for Media and the Digital Age. Country Reports / Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO. – 1999. – P. 125–128.
42. *Носова С. С.* Медиаграмотность и ее формирование у будущих специалистов по рекламе в рамках курса «Профессиональный иностранный язык» [Электронный ресурс]. – URL : <http://pr.tsu.ru/aztides/50/>
43. *Worsnop C.* Screening Images: Ideas for Media Education / C. Worsnop. – Mississauga ; Ontario : Wright Communications, 1994.
44. *Duncan B.* Media Literacy. Resource Guide / B. Duncan (Eds.). – Toronto ; Ontario : Ministry of Education, 1989.
45. *Grigoryan A.* Adbusting: Critical Media Literacy in a Multy-Skills Academic Writing Lesson / A. Grigoryan, J. King // English Teaching Forum / The United States Department of State for teachers of English. – Washington, 2008.
46. *Brown J.* Media Literacy Perspectives // Journal of Communication. – 1998. – Vol. 48. – Is. 1.
47. *Pungente J.* From Barry Duncan et al. Media Literacy Resource Guide / J. Pungente // Ontario Ministry of Education. – Toronto, 1989.

Подано до редакції 16. 02. 2012 р.

Ivanov Valeriy, Schkoba Olga.

Mediaeducation and medialiteracy: definition of the terms.

The article deals with the theoretical and practical approaches to the terms «mediaeducation» and «medialiteracy». Authors analyse the whole massive of theoretical works of scientists and lead arguments to prove their own terms.

Keywords: mediaeducation, medialiteracy, terms of the social communication.

Иванов В. Ф., Шкоба О. Я.

Медиаобразование и медиаграмотность: определение терминов.

В статье идет речь о теоретических подходах к определению терминов «медиаобразование» и «медиаграмотность». Авторы анализируют весь массив теоретических работ ученых и приводят аргументы для подтверждения собственных определений.

Ключові слова: медиаобразование, медиаграмотность, терминология социальных коммуникаций.