

ІНФОРМАЦІЙНО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ

Статтю присвячено проблемі визначення сутності поняття “інформаційно-медійна грамотність учителя”. Інформаційно-медійну грамотність розглянуто як сукупність мотивів, знань, умінь, здібностей, що сприяють вибору, використанню, створенню, критичному аналізу, оцінюванню та передачі інформаційних повідомлень, текстів у різних видах, формах, аналізу складних процесів функціонування інформаційних потоків, медіа в соціумі. Визначено особливості та умови формування інформаційно-аналітичної грамотності вчителів у системі інформальної освіти.

Ключові слова: інформаційно-медійна грамотність, медіаграмотність, медіаосвіта, медіаневедінка.

Інформаційна епоха відрізняється від інших попередніх епох тим, що інформація стає одним з основних ресурсів, який визначає рівень розвитку суспільства, його суспільно-економічний, політичний та культурний потенціал. Суспільству необхідні люди, які вміють самостійно визначати потреби, здобувати інформацію, аналізувати її та синтезувати в нові знання. У сучасному світі більше немає мононосія інформації. У зв'язку із цим істотно зростає значення підготовленості аудиторії до активного творчого пошуку та використання інформації, до адекватної самостійної переробки медійного змісту. Людина повинна все це робити достатньо швидко, використовуючи сучасні технічні засоби та спираючись на найновіші наукові досягнення.

Освіта надто повільно змінює свої пріоритети, проте вміння працювати з інформацією та медіатекстами стає одним із необхідних і важливих компонентів сьогодення. Саме тому важливою є здатність управлінців навчальних закладів та вчителів-предметників змінюватися, активно діяти, швидко приймати рішення, самовдосконалюватися, саморозвиватися впродовж усього життя. Тому інформаційна та медіаграмотність особистості стають складовими її професійної компетентності.

Проблему формування інформаційної та медійної грамотності особистості протягом останніх років досліджує ряд науковців-педагогів, психологів, інформатиків: В. Андрущенко, В. Бабич, А. Веряєв, Г. Воронцов, Л. Губерський, Н. Крилова, В. Розін, Е. Семенюк, І. Шалаєв та ін. Питання розробки концепцій, моделей і методів медіаосвіти, впливу медіатекстів на різні вікові групи, визначення критеріїв та рівнів розвитку медіааудиторії стали предметом наукового пошуку І. Левшина, Ю. Усова, О. Федорова, О. Шарикова та ін.; формування інформаційної компетентності та культури в системі вищої освіти – О. Значенка, О. Матвійчука, В. Медведєва. Водночас, питання формування інформаційної та медійної грамотності вчителя як складових його професійної компетентності розроблено недостатньо.

Мета статті – визначити сутність поняття інформаційно-медійної грамотності вчителя; проаналізувати особливості формування інформаційно-медійної грамотності вчителя як складової його професійної компетентності (за результатами соціологічного опитування).

У статті використано матеріали, отримані в ході спільної експериментальної діяльності кафедри інноваційних освітніх технологій Запорізького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти та педагогічного колективу Кам'янсько-Дніпровської загальноосвітньої школи № 3 Запорізької області з питання формування інформаційно-аналітичної компетентності сучасного педагога.

В умовах формування інформаційного простору й переходу до інформаційного суспільства підвищуються вимоги до рівня інформаційної компетентності педагогів. Це є однією з умов, що забезпечує можливість доступу до якісної освіти учнів шкіл. Педагоги в умовах стрімкого збільшення потоку інформації, її швидкого морального застарівання мусять щодня приймати рішення щодо відбору фактологічного складової змісту освіти в межах кожної навчальної теми, мають навчити учнів критично ставитися до інформації, що є доступною.

Крім того, за рекомендаціями ЮНЕСКО сучасні педагоги повинні знати й розуміти, як розвивалися медіа та інші інформаційні служби, як вони стали тим, чим є сьогодні; розвивати навички застосування доступних технологій: від друкованих видань до видань на цифрових носіях; використовувати різні медіа та джерела інформації для розвитку критичного мислення та здатності до самостійного вирішення завдань і передавати ці знання своїм учням; володіти навичками, необхідними для використання медіа та технологій доступу до інформації, тобто мати відповідний рівень сформованості медійної грамотності.

Однак у сучасній науці відсутній єдиний підхід до розуміння поняття “медіаграмотність”. Багато вчених вважає, що медіаграмотність – це частина більш широкого поняття інформаційної грамотності (уміння “читати”, аналізувати й систематизувати інформацію). Інформаційну грамотність ототожнюють з інформаційною компетентністю особистості (information competence of personality). У науковій літературі подано ряд визначень поняття “інформаційна (інформатична) компетентність”. Зокрема, М. Головань визначає інформаційну компетентність як якість особистості, що включає сукупність знань, умінь і навичок виконання різних видів інформаційної діяльності й ціннісне ставлення до цієї діяльності, при цьому під інформаційною діяльністю розуміють сукупність процесів збору, аналізу, перетворення, зберігання, пошуку та поширення інформації [2, с. 64].

Водночас науковці зазначають, що інформаційна грамотність підкреслює важливість доступу до інформації, її оцінювання та етичного використання, а медіаграмотність робить акцент на здатності розуміти функції медіа, оцінювати якість виконання цих функцій, вступати в раціональну взаємодію з медіа в інтересах самовираження [5, с. 116].

У ході нашого дослідження ми виходили з того факту, що медіа – не тільки носії інформації, вони особливим чином організують процес сприйняття інформації; це засоби спілкування. Ними просякнуті всі сфери життя, вони скріплюють суспільство видимими й невидимими нитками та створюють для індивіда зручну саме для нього конфігурацію інформаційного простору. На думку таких учених, як М. Жабський, В. Собкін, К. Тарасов, А. Шариков, медіа як семіотичний засіб є не тільки інструментом спілкування, а й кодами ментальної свідомості.

Деякі дослідники, наприклад Р. К'юбі та П. Офдерхед, вважають, що медіаграмотність (*media literacy*) – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати повідомлення в різних формах.

Інші, наприклад В. Гура, А. Короченський, В. Монастирський, А. Федоров та ін., визначають медіаграмотність як результат медіаосвіти, під якою розуміють процес розвитку особистості за допомогою й на матеріалах засобів масової комунікації, причому серед її завдань у різних комбінаціях називають: формування культури спілкування з медіа, навчання роботи з медійною технікою та апаратурою, формування творчих, комунікативних здібностей, розвиток критичного мислення, вмінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу, оцінювання медіатекстів; знання основ медіакультури; навчання різних форм самовираження за допомогою медіа-техніки; розвиток естетичного, етичного смаку, формування духовних та матеріальних цінностей [1, с. 13].

Такої самої думки дотримується й канадський науковець та консультант з питань медіаграмотності Кріс Ворсноп (*Chris Worsnop*). Він вважає, що медіаграмотність – результат медіаосвіти, вивчення медіа. Що більше ви вивчаєте медіа (за допомогою медіа), то більше ви медіаграмотні, тобто медіаграмотність – здатність експериментувати, інтерпретувати (аналізувати) та створювати медіатексти [9, с. 10].

Цікавою є думка Дж. Поттера, який вважає, що медіаграмотність не є категорією, це континуум (безперервний спектр будь-чого, множина). Сила переконань особистості базується на кількості та якості структурованих знань, якими вона володіє. У свою чергу, якість структурованих знань базується на наявних навичках і досвіді конкретної особистості. Можна стверджувати, що люди, які діють на нижчих рівнях медіаграмотності, мають слабкі й обмежені погляди на медіа. Таким притаманні поверхові та гірше організовані структури знань, що формують неадекватний погляд на значення медіаповідомлень. Підвищуючи рівень медіаграмотності, людина отримує чітке уявлення про межу між реальним світом і світом, що створили для нас мас-медіа.

Дж. Поттер зазначає, що немає нульового рівня медіаграмотності, як і немає найвищого рівня, якого може досягти людина, та виділяє вісім ключових рівнів медіаграмотності:

– осягнення основних положень (розуміння особистості, що це відбувається не з нею);

- усвідомлення мови (розпізнавання мовного звучання та ототожнення значення слів);
- усвідомлення викладеної інформації (уміння відрізнити вигадку від того, що може бути в реальності);
- розвиток скептицизму (оцінювання можливої брехні в рекламі, чітке розуміння, що подобається, а що – ні, вміння бачити смішне в некомічних героях);
- інтенсивний розвиток (потужна мотивація до пошуку інформації, вироблення чітких наборів інформації, якій віддається перевага, високий рівень розуміння корисності отриманої інформації);
- емпіричне вивчення (пошук різних форм подання контенту та переказів, пошук сюрпризів і нових емоцій, моральних реакцій та почуттів);
- критичне оцінювання (сприйняття повідомлення таким, яким воно є, і подальше оцінювання у відповідному середовищі, глибоке й детальне розуміння історичних, економічних і художніх контекстів системи, поданих у повідомленні; здатність уловлювати нюанси в поданій інформації та відмінність від форми подання інших повідомлень на цю тему, здатність зробити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення);
- соціальна відповідальність (розуміння, що певні повідомлення позитивніше впливають, ніж інші; усвідомлення, що чиясь власна думка впливає на суспільство, причому не важливо, як сильно; визнання, що існують певні способи, завдяки яким особистість може конструктивно вплинути на суспільство) [9, с. 11–13].

Таким чином, медіаграмотність слід розглядати як сукупність особистісних якостей людини, спрямованих на активний творчий пошук та використання інформації, а також адекватну самостійну переробку медійного змісту. Робота з медіаносіями зумовлює медіаповедінку людини, яку розглядаємо як опосередковану систему психічних, фізичних і соціальних дій індивіда чи спільноти, що склалася в результаті їх взаємодії з медіасередовищем, яка спрямована на самореалізацію особистості та задоволення її інформаційних і комунікаційних потреб [3, с. 17].

Інформаційно-медійний простір, який дедалі більше ускладнюється, породжує необхідність у появі нового розуміння грамотності, яке передбачає об'єднання навичок комунікації та роботи з інформацією. Обидва види грамотності – інформаційна і медійна – є життєво важливими. Ми живемо вже не в інформаційному, а в поліінформаційному світі, де головна проблема полягає не в отриманні інформації, а в її правильному відборі, у тому, щоб навчитися відокремлювати інформацію від думки. Причому таке навчання має відбуватися все життя. У таких умовах усе актуальнішою стає здатність особистості брати участь в інформаційно-комунікативних взаємодіях з найширшого кола проблем, орієнтуватися в інформаційних потоках, критично оцінювати медійний зміст, бути не тільки споживачем, а й творцем інформаційних повідомлень.

Таким чином, вбачаємо за необхідне для вчителя поєднання в єдине поняття інформаційної та медійної грамотності.

Формування інформаційно-медійної грамотності вчителя як складової його професійної компетентності має певні особливості, умови та критерії оцінювання.

Особливості та умови формування медіаграмотності вчителя визначені шляхом проведення соціологічного дослідження серед учителів ЗНЗ Кам'янсько-Дніпровського району Запорізької області.

По-перше, у ході дослідження встановлено, що відбулася зміна основного джерела отримання більшої частини інформації різного напрямку. Сучасний учитель у середньому витрачає понад одну годину щодня на пошук та сприйняття інформації через Інтернет за рахунок стрімкого зниження рівня споживання інформаційних потоків через телебачення, радіо та пресу. Простежується наявність оберненої залежності між віком та кількістю часу, яку щоденно вчитель відводить на роботу з медіатекстами.

По-друге, відзначається наявність певного впливу на особистість учителя, його роботу з інформаційними потоками та медіатекстами. Як свідчить практика, повсюдна інформатизація суспільного життя є джерелом не тільки нових можливостей для людини в плані її професійного та особистісного розвитку, а й додаткових проблем.

Це зумовлено тим, що множинність каналів, способів і форм презентації медіатекстів створює певні труднощі в оцінюванні та засвоєнні реципієнтами медійного змісту, посилює тенденцію фрагментування змісту ЗМІ, що перешкоджає формуванню в споживачів медійної інформації цілісного уявлення про соціальну дійсність, системних знань про неї та має певні наслідки.

Як зазначає Л. Мардахаєв, взаємодія з мас-медіа дає змогу впливати на різні сфери особистості, що виявляється через низку наслідків: поведінкових – спосіб діяльності, представлений медіаресурсом, є інструкцією для глядача і стає орієнтиром поведінки в типовій ситуації, описаній у віртуальній реальності; ціннісних – за спеціально організованих умов медіаресурси формують у споживача певні ціннісні орієнтації, які мають достатньо стійкий характер, що значно впливає на його дії та вчинки; когнітивних – під впливом медіаресурсів відбувається зміна знань і світогляду особистості; наслідків взаємодії з оточенням і реальним світом – захоплення медіаресурсами призводить до формування “віртуальних” інтересів, потреб, стилю життя; психологічних – взаємодія з медіаресурсами призводить до зміни психічних процесів (релаксація, збудження тощо) [8, с. 217].

Згідно з позицією американських дослідників Д. Консідайн і Е. Хейлі, медійні впливи можна класифікувати на фізичні, емоційні, соціальні, політичні та екологічні. Медійні засоби є змістовними комплексними репрезентаціями, які певними способами змушують нас споживати ретельно сконструйовані твори [4, с. 207].

Так, під час опитування виявлено залежність між віком та емоційним станом учителя під час роботи з інформацією в системі мас-медіа. Молодь та люди середнього віку здебільшого описують свій стан як задоволений, розслаблений, активний тощо. У старших людей в оцінці з'являються такі характеристики, як “дратівливий”, “засмучений”, “нервово напружений” тощо.

По-третє, більшість учителів (62%) зазначає, що збільшення часу роботи з інформацією із системи мас-медіа призводить до появи відчуття небажаного негативного інформаційного впливу на власну особистість, спроби маніпулювання власною свідомістю та нав'язування якоїсь думки. Це відбувається через те, що медіапродукція далеко не завжди характеризується високою якістю свого змісту й у цьому сенсі може бути джерелом руйнації моральних та етичних норм, культурних і мистецьких цінностей, тому видається надзвичайно важливим включення молодого покоління вже на ранніх етапах свідомого життя в самостійну роботу з інформацією, формування оцінного, критичного ставлення до медійної продукції.

Відзначено, що, на думку більшості респондентів, ефективними механізмами захисту від деструктивного інформаційного впливу є їх здатність до мисленнєвої діяльності (82%) та запровадження “днів (годин) інформаційної тиші” (близько 50%).

Простіше кажучи, людина спроможна навчитися виявляти негативні інформаційні впливи та вживати заходів для їх нейтралізації. Звідси випливає, що серед доступних механізмів захисту особистості від небажаних інформаційних впливів найбільш прийнятним є інтелектуалізація, залучення свідомості до протистояння цим впливам. Підтвердження цієї позиції знаходимо в інших наукових працях [6, с. 67], де зазначено, що лише глибокий аналіз інформаційної ситуації дає змогу розпізнати спробу маніпулятивного впливу, оцінити достовірність інформації й виробити найбільш прийнятні для конкретного індивіда методи захисту від небажаних наслідків.

Це є завданням медіаосвіти як галузі духовного виробництва, спрямованої на формування медіаінформаційної грамотної особистості, яка є гарантом медіабезпечного суспільства.

Перш за все, медіаосвіта дає змогу викривати прийоми маніпулювання, протистояти пропаганді, нав'язливій рекламі та іншим негативним явищам, які пов'язані зі ЗМІ. Наступний крок медіаосвіти, її більш складна реалізація – це розрізнення контексту, у якому було створене це повідомлення, його соціального, політичного, економічного та іншого підґрунтя, тобто важливим є адекватне розуміння соціально гострих, перш за все новинних, матеріалів, оскільки саме через такі інформаційні канали реалізується більша частина маніпулятивних впливів.

По-четверте, у ході нашого дослідження встановлено, що більшість опитаних учителів мають вищий від середнього рівень сформованості інформаційно-медійної грамотності як складової професійної компетентності. Водночас при високому рівні здатності до сприйняття та аналізу медіатекстів недостатнім залишається рівень їх оцінювання та створення, що призводить до думки про необхідність формування медіаграмотності вчителя не лише в системі інформальної, а й неформальної підготовки.

Як основу успішного формування й розвитку інформаційно-медійної грамотності в неформальній системі освіти чи в системі післядипломної освіти можна розглядати педагогічні умови, визначені в дослідженні

А. Кондрашкіної: організаційно-педагогічні, які передбачають вироблення оптимальних форм організації навчальної діяльності (у вигляді сукупності змісту предметного освіти, навчально-методичного забезпечення, матеріального й кадрового забезпечення та інноваційного освітнього середовища); соціально-педагогічні – передбачають діяльність, спрямовану на організацію та управління взаємодією освітньої установи із зовнішнім середовищем (нормативно-правове забезпечення, PR-забезпечення, педагогічно обґрунтовані взаємозв'язки із системою соціально-комунікативних інститутів тощо); психолого-педагогічні – включають сукупність суб'єктивних характеристик педагогів як необхідних умов формування та вдосконалення відповідних знань, умінь і навичок (внутрішні та зовнішні мотиви навчальної діяльності, самостійна пізнавальна активність, креативність, особистий досвід, наявність смислів здійснення діяльності тощо) [7].

Висновки. Інформаційно-медійну грамотність слід розглядати як сукупність мотивів, знань, умінь, здібностей, що сприяють вибору, використанню, створенню, критичному аналізу, оцінюванню та передачі інформаційних повідомлень, текстів у різних видах, формах, аналізу складних процесів функціонування інформаційних потоків, медіа в соціумі.

Широке впровадження нових інформаційних технологій, продуктів і послуг диктує необхідність володіння навичками самостійної роботи з джерелами інформації та раціонального освоєння інформаційного змісту. Усе це здатна забезпечити медіаосвіта.

Найбільш значущим результатом медіаосвіти є формування професійної спрямованості роботи з інформаційними потоками та медіатекстами, гуманістичних ціннісних орієнтацій, конструктивно-критичного світогляду й досвіду соціальної поведінки особистості. Особливого значення у зв'язку із цим набуває інформаційна культура (як виробників, так і споживачів інформації), від рівня розвитку якої залежить, зокрема, якість суспільного діалогу. Інформаційно-медійна грамотна особистість являє собою гарант медіабезпеки суспільства, що є умовою його соціального благополуччя.

Список використаної літератури

1. Архіпова Є.О. Медіаосвіта в контексті захисту людини від деструктивних інформаційних впливів / Є.О. Архіпова // Вісник НТУУ “КПУ”. Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2012. – Вип. 2. – С. 11–17.
2. Головань М. Інформатична компетентність: сутність, структура і становлення / Микола Головань // Інформатика. – 2007. – № 4. – С. 62–69.
3. Жилавская И.В. Медиаповедение личности. Материалы к курсу : учеб. пособ. / И.В. Жилавская. – М. : РИЦ МГТУ им. М.А. Шолохова, 2012. – 91 с.
4. Жилавская И.В. Становление отрасли медиаобразования как условия медиабезопасности общества / И.В. Жилавская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – Вып. 80. – С. 201–208.
5. Захарчук Т.В. Система педагогічних умов застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці майбутніх учителів / Т.В. Захарчук // Вісник Сев. НТУ : зб. наук. пр. Серія : Педагогіка. – 2012. – Вип. 127/2012. – С. 115–119.

6. Информационные вызовы национальной и международной безопасности / И.Ю. Алексеев и др., под об. ред. А.В. Федорова, В.Н. Цыгичко. – М. : ПИР-Центр, 2001. – 328 с.

7. Кондрашкина А.А. Педагогический потенциал медиаобразования как фактора становления гражданского общества : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Антонина Александровна Кондрашкина. – Нижний Новгород, 2012. – 20 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа к ст. : www.nngasu.ru/science/dissertation_advice/avtoref_kondrashkina.doc.

8. Мардахаев Л.В. Социальная педагогика / Л.В. Мардахаев. – М. : ГАРДАРИКИ, 2005. – 269 с.

9. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк ; за наук. ред. В.В. Різуна. – К. : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

Стаття надійшла до редакції 06.03.2014.

Кутик О.Н. Информационно-медийная грамотность как составляющая профессиональной компетентности учителя

Статья посвящена проблеме определения сущности понятия “информационно-медийная грамотность учителя”. Информационно-медийная грамотность рассматривается как совокупность мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих выбору, использованию, созданию, критическому анализу, оценке и передаче информационных сообщений, текстов в разных видах, формах, анализу сложных процессов функционирования информационных потоков в медиасоциуме. Определены особенности и условия формирования информационно-медийной грамотности учителей в системе неформального образования.

Ключевые слова: *информационно-медийная грамотность, медиаграмотность, медиаобразование, медиановедение.*

Kutik O. The media and information literacy as the part of teachers' professional competence

This article is devoted to the problem of defining the essence of the concept of “informational and media teacher's literacy”. Information and media literacy has been considered as a combination of motivation, knowledge, skills and abilities that contribute to selection, using, creation, critical analysis, evaluation and information transmission, different text types, forms, analyze complex information flows about the functioning of media in society.

The peculiarities and conditions of the formation informational and media teacher's literacy in the system of informal education has been determined. A change of the basic source of the receiving of the most part of the information of a different direction has been taking place. The modern teacher spends more than one hour daily for the searching and consumption of the information over the Internet by the rapid decline in the consumption of information flow through television, radio and the press. The presence of an inverse relationship between age and the amount of time that the teacher picks out for the daily work with media texts has been tracked. The dependence between age and the teacher's emotional state during the work with information in the system of the mass-media has been founded. Most of the teachers indicate that the increasing of the time to work with information from system of mass-media leads to feeling of the undesirable negative informational influence on the person itself, the attempt to manipulate their own consciousness and imposing some thoughts. The most significant result of the media education is the formation of the professional orientation work with information flows and media texts, humanistic value orientations, constructive and critical outlook and experience of the social behavior of the individual. Information and media competent personality represents as a guarantor of the media security of the society as a condition of its social well-being.

Key words: *informational and media literacy, media literacy, media education, media behavior.*