

НАВЧАЛЬНИЙ КУРС «МЕДІАГРАМОТНІСТЬ» ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ АРТИСТІВ-ВОКАЛІСТІВ

TRAINING COURSE "MEDIA LITERACY" AS A MEAN FOR DEVELOPING MEDIA COMPETENCE OF PROSPECTIVE VOCALISTS

Стаття присвячена одній з актуальних проблем практичної підготовки майбутніх артистів-вокалістів – формуванню їхньої медіакомпетентності. Здійснено аналіз навчального курсу «Медіаграмотність», який започатковано у вибіркової частині освітньої програми «Музичне мистецтво». Аналіз наукової літератури за проблемою статті дозволив виявити, що на сьогодні формування медіакомпетентності майбутніх артистів-вокалістів є важливим фактором успішності в подальшій професійній діяльності, яка передбачає її роботу педагогічній сфері в якості керівників творчих колективів. Акцентовано увагу саме на педагогічному аспекті. Розкрито сутність таких понять, як: медіаграмотність та медіакомпетентність. Зазначено, що медіаграмотність є складовою інформаційно-цифрової компетентності однієї з ключових компетентностей Нової української школи. Медіакомпетентність визначає вміння використовувати, критично аналізувати, оцінювати і передавати медіатексти в різних видах, формах і жанрах, аналізувати складні процеси функціонування медіа в соціумі. Окреслено вагомість принципів інформаційної та медійної грамотності. Описано практичні завдання з формування медіакомпетентності студентів, які застосовуються на аудиторних заняттях із медіаграмотності, а також форми і види самостійної роботи. Висвітлено важливість вивчення маніпулятивного впливу аудіо-візуальної медіапродукції, пропагандистський характер фейкової інформації. Наведено орієнтовну тематику медіапроектів, які виконують студенти під час вивчення курсу. Розкрито дидактичний потенціал цифрових ресурсів. Обґрунтовано й доведено необхідність формування медіакомпетентності майбутніх артистів-вокалістів, керівників творчих колективів.

Ключові слова: медіаграмотність, медіаосвіта, медіакультура, медіакомпетентність майбутніх артистів-вокалістів, аудіовізу-

альна грамотність, фейкова інформація, маніпуляція, пропаганда, медіапроекти, медіапродукт.

The article is devoted to one of the urgent issues of practical training of prospective vocal artists – the development of their media competence. An analysis of the training course "Media Literacy", which was launched into the elective part of the educational program "Music Art", was conducted. The analysis of the scientific literature on the problem of the article revealed that nowadays the development of media competence of future vocal artists is an essential factor in success in their further professional activities, which includes work in the pedagogical field as leaders of creative teams. The pedagogical aspect is emphasised. The essence of such concepts as media literacy and media competence is defined. It is noted that media literacy is a component of information and digital competence, one of the key competencies of the New Ukrainian School. Media competence determines the ability to use, critically analyse, evaluate and transmit media texts in various types, forms, and genres, to analyse the complex processes of media functioning in society. The importance of the principles of information and media literacy is outlined. Practical tasks for the development of students' media competence, which are used in classes on media literacy, as well as forms and types of independent work are described. The importance of studying the manipulative influence of audiovisual media production and the propagandistic nature of fake information is highlighted. Topics of media projects performed by students during the course are presented. The didactic potential of digital resources is revealed. The necessity of developing the media competence of prospective vocal artists, leaders of creative teams is substantiated and proved.

Key words: media literacy, media education, media culture, media competence of future vocal artists, audiovisual literacy, fake information, manipulation, propaganda, media projects, media product.

УДК 378.147.016:[07:004]:784-051
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2022/48.2.27>

Левіт Д.А.,

канд. філос. наук,
доцент кафедри академічного та естрадного вокалу
Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Євтухова Т.А.,

канд. пед. наук,
доцент, зав. кафедри природничо-математичних дисциплін та інформатики в початковій освіті
Державного вищого навчального закладу «Донбаський державний педагогічний університет»

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Життя сучасної людини неможливо уявити без інформаційного середовища, а сучасне суспільство без поширення масової інформації. Ситуація, що склалася в Україні за останні кілька років, є яскравим свідченням наслідків відсутності критичного сприйняття інформації широкою громадськістю та молодіжною аудиторією зокрема. Психолого-педагогічна спільнота все більше уваги приділяє реалізації курсу медіаосвіти як частини освітнього процесу на всіх рівнях акредитації, спрямованої на формування медіакультури в суспільстві, підготовку людини до безпечної та ефективної взаємодії з сучасною системою ЗМІ,

набуття такої компетенції, як медіаграмотність. Критичне сприйняття медіаінформації, уміння аналізувати медіапродукт має першорядне значення, особливо в умовах «інформаційної війни», у якій наразі перебуває наша країна.

Сьогодні ключове значення має проблема розвитку медіаграмотності студентів, яка є комплексом базових знань та вмінь, що набуті в процесі медіаосвіти і забезпечують стартові можливості в подальшому розвитку в області медіакультури. До числа таких знань і вмінь належать культура спілкування з віртуальною реальністю, творчі і комунікативні здібності, критичне мислення, уміння повноцінного сприйняття, інтерпретації,

аналізу і оцінки медіатексту, самовираження за допомогою медіатехніки. Медіаграмотність стає необхідним фактором соціалізації особистості, забезпечення інформаційної безпеки суспільства й, як наслідок, виникає необхідність соціального замовлення на медіаосвіту до вищого закладу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Для нас дуже важливими на сьогодні є наукові дослідження, що відбуваються в означеній галузі: праці М. Маклюєна, Л. Мастермана, Є. Суботи, Ю. Усова з філософської та культурологічної точки зору; І. Дічківської, О. Квашук, Л. Масол, Л. Найдьоновой, О. Невмержицької, Д. Попової, С. Шандрук – із психолого-педагогічної. Актуальними для нас є ґрунтовні дослідження О. Бурцевої, О. Волошенюк, В. Іванова, Т. Іванової, Ю. Казакова, Г. Онкович, О. Невмержицької, С. Пальчевського, С. Пензіна, І. Пенчук, І. Шевирьова та ін.

Мета статті. Визначити й обґрунтувати дидактичні можливості навчального курсу «Медіаграмотність» як інструменту формування медіакомпетентності здобувачів магістерського рівня вищої освіти спеціальності 025 «Музичне мистецтво» (Сольний спів).

Виклад основного матеріалу дослідження.

Наразі сучасне покоління дітей значно відрізняється від своїх попередників тим, що світ інформації і електронних гаджетів є для них природним середовищем. Саме це є нагальним питанням медіаосвіти, одним із головних завдань у розвитку медіаграмотності в професійній освітній кваліфікації артиста-вокаліста ХХІ століття. У 2010 році в Україні було затверджено і взято за основу Концепцію впровадження медіаосвіти, яка вбирає міжнародний досвід і в якій чітко зазначено пріоритетну фундаментальну складову медіаосвіти, інформаційної безпеки країни. Стає наріжним каменем виховання молоді, стратегічна перспектива у формуванні української ідентичності. Медіаосвіта – один із головних чинників забезпечення відкритості освіти щодо сучасних швидко змінюваних знань і наближення змісту освіти до потреб повсякденного життя людини [1]. Домінуючим фактором у процесі підготовки артистів-вокалістів сьогодні є забезпечення якісних освітніх програм у системі вищих навчальних закладів, здебільшого в галузі медіаосвіти.

Загалом, позитивним досвідом є приклад Академії української преси разом із Національною академією педагогічних наук, які розгорнули освітню діяльність для педагогічних працівників усіх рівнів освіти через системи тренінгів та шкіл із медіаосвіти. Про цінність та важливість медіаграмотності свідчить те, що зміни сучасної системи освіти, які відбулися, виявили високий ступінь потреби впровадження медіаосвіти у всіх її ланках. Ухвалено Концепцію нової української школи, за якою розпочався новий 2018–2019 рік. У ній визначено

ключові компетенції, серед яких інформаційно-цифрова, яка передбачає впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, у публічному просторі та приватному спілкуванні. Ця компетентність містить також і медіаграмотність, роботу з базами даних, навички безпеки в інтернеті та кібербезпеці, розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо) [2].

Для якісної професійної підготовки артиста-вокаліста, формування високого рівня його медіакомпетентності освітня програма підготовки магістрів Київського університету імені Бориса Грінченка набула змін. До неї внесено навчальну дисципліну «Медіаграмотність», яка має на меті формування в майбутніх виконавців (викладачів) компетентностей з основ медіаосвіти та медіаграмотності, як необхідної ланки вирішення сучасних медіапедагогічних проблем; розуміння місця та впливу медійного поля на професійну діяльність спеціаліста. Орієнтація на педагогів і є ключовою стратегією, що забезпечує багаторазове підвищення ефективності: від інформаційно грамотних педагогів до учнів і далі до суспільства в цілому. Майбутні артисти, керівники творчих колективів, педагоги, які опанували медійну та інформаційну грамотність, зможуть більш ефективно допомагати учням орієнтуватися в сучасному інформаційному світі.

Займаючись розробкою навчально-методичного комплексу із вивчення курсу «Медіаграмотність» на спеціальності 025 «Музичне мистецтво» (Сольний спів), ми спиралися на експертні матеріали, оприлюднені на сайті на порталі «Медіаосвіта і медіаграмотність» Академії української преси. Також для нас були актуальними документальні матеріали Міжнародної організації ЮНЕСКО щодо поєднання інформаційної та медійної грамотності (Laws of Media and Information Literacy, MIL), у яких зафіксовано те, що прицільну увагу слід приділити підготовці спеціалістів, аби залучити їх до впровадження MIL у процес навчання, закріпленні в їхній педагогічній діяльності методів, навчальних програм і ресурсів. Так, при побудові логіки розгортання навчального матеріалу, ключовим фактором були принципи MIL:

- першочерговий критичний підхід до використання інформації, комунікації, бібліотеки, медіа, технології, інтернет-простору. Відсутність домінанти і рівність у сприйнятті кожного з цих джерел;
- розуміння того, що кожен громадянин є правовласником і творцем інформації або знань, а також за ним закріплено право на доступ до інформації або знань, право на вільне самовираження. Закріплено свідоме розуміння того, що медійна та інформаційна грамотність має тісний зв'язок із

правами людини, у ній немає вікових, гендерних та інших пріоритетів;

– орієнтованість на розуміння того, що у потоковому сприйнятті не кожна ланка інформації або знання є нейтральною, незалежною чи об'єктивною. Усі ключові аспекти застосування MIL мають бути донесені до громадянина максимально відкрито, доступно і прозоро;

– право громадянина на отримання, розуміння нової інформації/знань, можливість вільного спілкування з будь-якою ланкою суспільства, навіть без оголошення свого прагнення. Це право не може бути порушено;

– усвідомлення того, що процес набуття медійної та інформаційної грамотності є процесом, що розгортається у часі і не відбувається миттєво. Цей процес має бути динамічним і неперервним. Про завершення цього процесу свідчить сформований механізм пошуку, набуття, використання, передачі знань або інформації у сфері медіа контенту [5].

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Медіаграмотність» майбутніми артистами-вокалістами є забезпечення їх медіакомпетенціями для усвідомленого й екологічного існування в медіапросторі та гармонічного вплетення у медіакультуру через формування критичного підходу до інформації; формування активного споживача медіапродукту, який володіє практичними навичками, необхідними для взаємодії з цифровими платформами, для осмисленого спілкування і самовираження; здатність відбирати, адаптувати та/або розробляти матеріали та інструментарій медійної та інформаційної грамотності для цілей і потреб навчання конкретного студента; здатність розрізняти й уникати будь-яких маніпулятивних дій у медіасередовищі; забезпечення умов інформаційної безпеки для студентів. До числа цих компетенцій входить опанування принципів медійної та інформаційної етики з урахуванням міжнародних стандартів і міжкультурних компетенцій.

Основними завданнями курсу «Медіаграмотність» є вивчення студентами сучасних вимог до діяльності медіа, умов роботи та аналізу медіаповідомлень, створення якісного медіапродукту у сфері арт-індустрії. формування практичних здібностей і навичок у студентів в умовах існування в сучасному інформаційному середовищі, свідоме адекватне користування медіаресурсами, як природної складової професійної компетентності; розкриття теоретичних основ медіаграмотності виконавця, арт-менеджера (продюсера); вивчення нормативно-правової основи діяльності сучасних медіа; оволодіння морально-етичними основами професійної діяльності фахівця у сфері арт-медіа.

Загальний обсяг курсу з медіаграмотності розрахований на 90 годин (3 кредити), 30 із яких – аудиторні (лекції та практичні заняття), 60 – самостійна робота. По

закінченню курсу у майбутніх артистів-вокалістів мають бути сформовані загальні і професійні компетентності. Серед найважливіших слід відзначити: здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології, здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, здатність генерувати нові ідеї (креативність), здатність до міжособистісної взаємодії, здатність працювати в міжнародному контексті, здатність працювати автономно. Серед професійних компетентностей найважливішими є: здатність створювати, реалізувати і висловлювати свої власні концепції медіа-апослать, здатність розробляти і реалізовувати творчі медіапроекти зі створення інтерпретації, здатність аналізувати виконання музичних творів або оперних спектаклів, здійснювати порівняльний аналіз різних виконавських інтерпретацій, у тому числі з використанням можливостей радіо, телебачення, Інтернету. Серед здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу «Медіаграмотність» мають бути сформовані такі компетентності, як: професійно здійснювати аналіз музично-естетичних стилів та напрямків, здійснювати ефективне управління мистецькими проектами, зокрема, їхнє планування та ресурсне забезпечення, приймати ефективні рішення в галузі культури і мистецтва, аналізувати альтернативи та оцінювати ризики.

На аудиторних заняттях при вивченні тем студент опановує повний курс з основ медіаграмотності. Темі робочої програми побудовано в логічній послідовності й охоплюють такі основні розділи: аналіз світових напрямків роботи і напрацювання західних науковців у сфері медіаосвіти та медіаграмотності, основні принципи і теорії медіаосвіти та медіаграмотності, як навчальної дисципліни загалом і світової концепції зокрема; інструментарій сучасних засобів масової комунікації; правові засади існування медіа в суспільстві; аудіовізуальна грамотність; нові медіаресурси й актуальні напрямки в процесах комунікації; механізми впливу медіа на становлення особистості; медіаосвіта як механізм формування критичного мислення; екологічне користування соціальними мережами; інструменти маніпуляції та пропаганди в медіа; протидія деструктивному впливу маніпулятивних технологій.

На практичних заняттях майбутні виконавці (педагоги) опановують такі практичні навички, як розпізнавання різниці між інформуванням і пропагандою; дізнаються про способи відбору інформації. Через аналіз реальних ситуацій, на конкретних прикладах у студентів формується грамотне розуміння питань цензури, самоцензури, «джинси», стереотипного мислення, маніпулятивної інформації і методики роботи чи протидії їм. Певний час приділяється вивченню актуальної на сьогодні новинної грамотності, фактчекінгу – перевірці фактів та тверджень на точність та правдивість.

Особлива увага акцентується на фейках, які розглядаються насамперед як потужний засіб маніпулювання свідомістю, як використання завідомо неправдивої інформації, оскільки це є прямим порушенням журналістських стандартів, як вітчизняних, так і міжнародних. Надважливим наразі завданням є навчити студентів розпізнавати фейкову інформацію у будь-якій формі – фото– та відеофейки, фейкові журналістські матеріали, фейкові дописи в соціальних мережах. Тож розглядаємо фейк як інструмент інформаційної війни – дезінформацію, умисне викривлення тих чи інших явищ, фактів, подій, причому зловмисність такого викривлення старанно приховується; навпаки, фейкове повідомлення містить усі ознаки правдивого повідомлення, що дає можливість впливу на певну аудиторію завдяки використанню симулякрів [4].

За такої ситуації студенти мають бути обізнаними у питаннях протидії маніпуляційним впливам, тобто медіаграмотними. Це є одним із важливих завдань для формування суспільства інформаційної ери.

Студенти опановують правила відмінностей фейкових новин, орієнтуючись, зокрема, і на положення Мережі етичної журналістики (Ethical Journalism Network, EJN):

1. Будьте обережні з дивними назвами веб-сайтів. Дивні домени чи сайти почасти є фейковими версіями справжніх новинних ресурсів.

2. Перевіряйте розділ «Про нас» на веб-сайті, з'ясовуйте, чи існує таке медіа, пошукайте видавця у Вікіпедії.

3. Остерігайтеся історій, про які не писав жоден інший. Про вражаючі, ексцентричні події зазвичай розповідь не одне джерело.

4. Будьте обачні, якщо в тексті не вказано автора чи джерела інформації.

5. Перевірте дату. Один з улюблених прийомів авторів фейкових новин – це «перепаккування» старих історій. Вони могли бути правдивими, натомість якщо їх використати невчасно і поза контекстом, можуть ставати навмисною брехнею [3].

Продуктивними є заняття з тем, присвячених рекламі, зокрема, як інструменту маніпулювання

свідомістю людини. На кафедрі створена значна за різноманітністю база прикладів рекламного продукту. Студенти вчать аналізувати рекламу на предмет визначення маніпулятивних технологій.

Також, на нашу думку, для майбутніх артистів є важливим формування практичного аналітичного досвіду навичок вивчення таких медіапродуктів, як кіно, художнє і документальне, а також анімація. Важливим є набуття навичок розпізнавання прихованих у них інструментів пропаганди, формування хибного світобачення. Зупинимось на деяких прикладах.

Так, розглядаємо широко популярний не тільки серед дітей анімаційний фільм «Три богатирі», аби, аналізуючи цей медіапродукт, з'ясувати, що в ньому основна ідея – пропаганда Росії й російського. Між тим Київ у стрічці виступає лише її вочиною. У кожній серії мультфільму пропагується символіка, що не відображає історичної правди про Київську Русь: сарафани, матрешки, бороди «лопатою», самовари, баранки, картузи, косоворотки та інші надбання руської, тепер російської культури (рис. 1).

Майбутні артисти (педагоги) мають розпізнавати інструменти пропаганди в таких, на перший погляд, невинних веселих медіапродуктах для дітей і молоді й розуміти, що як мультфільми, так і художні фільми, популярні російські серіали, особливо вироблені після 2014 року і, до того, законодавчо заборонені в 2015, є дієвою частиною гібридної війни. Цілком зрозуміло, що не можна використовувати такий продукт у своїй діяльності для ілюстрації концертних номерів, кліпів тощо. Натомість слід звернути увагу на український продукт. Щодо анімаційного продукту згадуємо й розглядаємо цикл Володимира Дахна «Як козаки...», «Микита Кожум'яка» (2016, реж. Манук Депоян) «Викрадена принцеса: Руслан і Людмила» (2018, реж. Олег Маламуж). Очікуємо на прем'єру картини «Мавка. Лісова пісня» за мотивами драми-фєєрії Лєси Українки «Лісова пісня» та образів народної міфології, які, безумовно, будуть корисними й важливими для українських естрадних виконавців.

У цьому випадку відбувається синергія тем – говорячи про використання чужого медіапродукту



Рис. 1. Скриншот кадрів мультфільму «Три богатирі й морський цар» (2016)

в професійній діяльності, докладно розглядаємо питання авторського права та плагіату. Слід відзначити, що це одна з надважливих для артистів тем. Студенти вивчають відповідні юридичні документи, аби усвідомити, що за порушення авторських прав на них можуть як накласти штраф, так і порушити кримінальну справу. У межах вивчення цієї теми одним із креативних завдань на практичному занятті є розроблення за допомогою цифрового ресурсу Canva пам'ятки щодо захисту своїх авторських прав.

Нам важливо, аби вивчаючи на заняттях питання пропаганди, майбутні виконавці усвідомили, що музика завжди використовувалася задля просування певних ідей у широкі маси, адже здатна як формувати свідомість, так і впливати на неї. Тоталітарні режими завжди про це добре знали. В історико-мистецькознавчому середовищі добре відоме використання, приміром, оперного мистецтва в нацистській Німеччині. Так само було і в Радянському Союзі. Майбутні виконавці отримують завдання віднайти такі опери й висвітлити методи пропаганди, що були застосовані в цих музичних творах. Також студенти аналізують старі радянські музичні «Волга-Волга», «Світлий шлях», «Кубанські козаки», «Цирк» тощо, які є яскравими прикладами пропагандистських наративів того часу (рис. 2).

Від історичних прикладів обов'язково переходимо на сучасне використання музики

в пропагандистських цілях. З урахуванням війни, яку веде Росія проти України з 2014 року та широкого вторгнення в лютому 2022-го, таких прикладів більше ніж достатньо.

Особливу увагу приділяємо образу «типового українця» фільмах, від радянських до сучасних російських, у яких українці як правило почасти недолюблі, дурнуваті сільські бовдури та п'яниці, принаймні на відміну від гарних червоноармійців («Весілля в Малинівці») або ж і зовсім відверті зрадники й вороги («Ми з майбутнього-2»). Також говоримо, що ця хибна тенденція зображення неправдивого принизливого образу українця має місце, на жаль, і наразі («Останній москаль») (рис. 3).

Дуже важливо, аби майбутні артисти розуміли, що в мистецтва є всі складові, які пропагандисти використовують для досягнення певних політичних цілей, бо політика і мистецтво взаємопов'язані та взаємозалежні. Працівники культури завжди можуть стати інструментом впливу на масову свідомість.

З метою формування інформаційної культури як однієї зі складових медіакомпетентностей застосовуємо на практичних заняттях використання різноманітних цифрових ресурсів. Так, майбутні митці сцени із задоволенням виконують завдання створити постер з опорними тезами з теми за допомогою вже згаданої вище платформи Canva. Або ж, використовуючи цей або інші ресурси, створюють афіші чи анонси різноманітних культурних заходів.



Рис. 2. Скриншот кадрів музичних фільмів «Кубанські козаки» (1949) та «Цирк» (1936)



Рис. 3. Скриншот кадрів фільмів «Весілля в Малинівці» (1967) та «Ми з майбутнього-2» (2010)

Цікавим для них є завдання розробити «Медіаграмотну пам'ятку» для друзів, як розпізнавати пропаганду у творах мистецтва.

У курсі «Медіаграмотність» заплановано самостійну роботу студентів, яка має безліч форм і простір для самовираження творчої особистості студента. Здебільшого метою є розвиток медійної та інформаційної грамотності протягом усього життя, а не тільки в роки навчання. Метою самостійної роботи є створення індивідуальної, творчо осмисленої медіапродукції, бо, як вже зазначалося вище, створення індивідуального якісного медіа продукту – важливий фактор освоєння всіх принципів, методів і технологій курсу «Медіаграмотність».

Розробляючи завдання для самостійної роботи, ми керуємось серед іншого і тим, що здобувачі вищої освіти спеціальності «Музичне мистецтво» можуть працювати за фахом у різноманітних педагогічних і культурних закладах як педагоги. Тому майбутні керівники творчих колективів повинні розуміти специфіку сучасних дітей, яких дуже влучно з позиції американських дослідників Ніла Хоува та Вільяма Штрауса називають поколінням Z. Це покоління початку 2000-х, до якого ж належать і самі студенти, що опановують курс медіаграмотності. Вони залюбки відзначають основні характерні риси свого покоління й дістаються висновку, що є яскравими його представниками, адже не уявляють свого життя без телефону чи планшета. Вони прекрасно почуваються в соціальних мережах. Для них не проблема зняти та змонтувати на своєму телефоні відео та опублікувати його в ТікТокці. Цифровий світ для покоління Z є цілком реальним. Вони радше візуали, ніж читачі, до того швидко знаходять і обробляють інформацію. Студенти також погоджуються, що їм притаманне так зване кліпове мислення, що вважається феноменом сучасного інформаційного суспільства. Цей термін з'явився ще в середині 1990-х років та став означати особливість людини сприймати світ через короткі яскраві образи, відеокліпи, адже «слір» перекладається з англійської як фрагмент тексту, уривок із відео або фільму.

Через кліпове мислення людина сприймає світ не як єдине ціле, а як послідовність майже не пов'язаних між собою подій, образно кажучи, як калейдоскоп, у якому швидко змінюються образи. Психологи відзначають, що поколінню Z притаманні обмежений словниковий запас; почасти невміння чітко висловлювати свою думку, натомість активне використання певних термінів і цитат із соціальних мереж, фільмів; нетерпимість до інших поглядів; схильність до необґрунтованих поспішних висновків; проблеми із запам'ятовуванням інформації; нездатність співпереживати; низька емоційність.

Сучасна медіапродукція створюється для кліпового споживача. Сцени, приміром, у серіалах ідуть маленькими блоками, часто змінюючи один

одного без логічного зв'язку. Короткі тексти, якими наповнюється преса, як правило лише окреслюють контури проблем. Телевізійні новини, які почасти не пов'язані між собою, перебиваються рекламними роликами, які також не мають один до одного жодного стосунку. Відтак людина, не осмисливши одну тему, переходить до споживання іншої. Світосприйняття через кліпове мислення перетворюється на калейдоскоп розрізнених фактів і шматки інформації. Людина зникає до постійної зміни повідомлень, вимагає нових і легко «ловиться» на гачок клікбейту – емоційно забарвленого заголовку матеріалу, метою якого є викликати у споживача інформації бажання перейти за посиланням. Клікабельним заголовкам ми також приділяємо в курсі «Медіаграмотність» багато уваги. Отже, докладно вивчивши особливості покоління Z, або як його ще називають покоління зумерів, майбутні фахівці культурно-педагогічної сфери дістаються висновку, що керівнику творчих колективів потрібно бути дуже креативним, аби зацікавити таких учнів.

Зважаючи на означене, завдання для самостійної роботи для майбутніх виконавців-вокалістів побудовано таким чином, аби кожен мав змогу застосувати креативність, продемонструвати набуті практичні навички з предмету, застосувати теоретичні засади медіаграмотності на практиці. Одним із таких завдань є створення медіапроектів, які можуть бути як індивідуальні, так і групові. Тематика медіапроектів актуальна й спрямована на виховання патріотичних почуттів, а також популяризацію національного мистецтва: «Моя музична Україна», «Євробачення в портретах», «Невідомі відомі митці-українці», «Співаю моє місто», «Слово українське. Рідне слово», «Нашого цвіту по всьому світу» тощо. Також студенти можуть запропонувати свою тему.

Популярними в майбутніх фахівців культури є й теми, у яких порушуються соціальні проблеми сучасного суспільства. Вони знімають й монтують самотужки ролики про молодь і реформи, дітей і батьків. Порушують у своїх роботах питання турботи про близьких, дискримінації будь-якого штибу, кібербезпеки, булінгу, такого популярного наразі правильного харчування та здорового способу життя. Залюбки створюють ролики про безпритульних тварин та толерантність. На практичних заняттях ми, як правило, обговорюємо медіапроекти, аналізуємо, чи досягнуто мету й розкрито тему.

Студенти охоче виконують завдання з теми «Друковані медіа», яке передбачає аналіз журналів і газет минулих років, які зберігаються в університетській та міських бібліотеках, і порівняння їх із сучасною пресою. Розмірковують над питанням. Чи актуальною є на сьогодні саме друкована преса та її особливості як виду медіа.

Самостійна робота з перегляду та ретельного аналізу популярних ток-шоу в Росії та Україні для

визначення та розпізнавання «мови ворожнечі» (hate speech), як показав наш досвід, стала одним із найцікавіших завдань. Майбутні фахівці сценічного слова розглядають, як з роками змінювалась риторика ненависті до України й як це, зрештою, привело до того, що вісімдесят п'ять відсотків росіян підтримують і виправдовують війну в Україні.

З огляду на це, популярним є завдання з аналізу медіапродукції популярних блогерів. Студенти самостійно намагаються класифікувати наявні в мережі Instagram та на каналі YouTube блоги за різними критеріями – за жанрами, за тематикою, за видом мультимедіа (відеоблоги, текстові, фотоблоги, музичні, підкасти). Розглядаємо блоги сучасних селебритіс, журналістів, дитячі YouTube-канали. Особливу увагу приділяємо політичним блогерам, адже вони останнім часом упевнено посідають позицію лідерів думок. У ході вивчення проблеми розмірковуємо, чому блогери почасти заміняють людям звичні ЗМІ, чому кількість їхня кількість із 2014 року тільки зростає. Намагаємося з'ясувати, чи дійсно політичне блогерство незаангажоване і як ми можемо це виявити.

Цікавим для майбутніх вокалістів є колективний медіапроект «Музична спадщина України». Це інтерактивна карта, створена за допомогою ресурсу Google Maps. Завдання для студентів наповнити її відомостями з музичного мистецтва нашої країни. Кожен у групі готує історичну довідку про особистість митця чи мисткині або музичну подію і розташовує на мапі. Як результат, маємо більш-менш повну картину розвитку й формування музичного мистецтва, яку можна постійно доповнювати й використовувати при вивченні таких курсів, як «Історія мистецтв», «Історія вокального мистецтва». У цьому випадку знову кажемо про синергію як успішний механізм підготовки якісного фахівця.

Окремої уваги заслуговує створення майбутніми фахівцями у сфері музичного мистецтва власного акаунту на YouTube-каналі, адже це не тільки платформа для зберігання відео продукту, але й велика соціальна мережа і друга пошукова система в світі. Тож, пам'ятаючи, що відео – найвидовищний і такий, що найбільш запам'ятовується вид подавання інформації, маємо на меті популяризацію музичної творчості й просування бренду Інституту мистецтв.

Окрім цього, майбутні керівники дитячих творчих колективів самостійно отримують знання за допомогою цифрових платформ «Медіадрайвер», «Медіазнайко», «StopFake», «Детектор медіа», опановують відповідні курси на «Prometheus» у межах неформальної освіти.

Висновки. Програма курсу «Медіаграмотність», що її запропоновано до вивчення на спеціальності 025 «Музичне мистецтво» забезпечує

артистів-вокалістів, майбутніх педагогів, керівників творчих колективів компетенціями, необхідними для взаємодії з медійними та інформаційними платформами, для осмисленого спілкування і самовираження. У число цих компетенцій входить освоєння принципів медійної та інформаційної етики з урахуванням міжнародних стандартів і міжкультурних компетенцій. Здатність відбирати, адаптувати та/або розробляти матеріали та інструментарій медійної та інформаційної грамотності для цілей і потреб навчання конкретного студента повинна стати ще одним навиком, який придбають майбутні фахівці. Окрім того, упровадження курсу з медіаграмотності повинно розвивати навички надання допомоги тим, хто навчається в застосуванні цих ресурсів та інструментів у процесі навчання, особливо якщо мова йде про розробки медіапродукту. Створення і використання медіа мають сприяти розвитку педагогічних підходів, орієнтованих на потреби й особливості особистості. Навчання на основі виконання завдань – важливий метод набуття освітнього досвіду в XXI столітті, у так звану «інформаційну еру». Створення медіа дозволяє студентам зануритися в процес навчання, заснований на виконанні завдань, спрямованих на адекватне й свідоме орієнтування в інформаційному просторі. Медіаграмотність і медіаосвіта сучасного фахівця в умовах сьогоденної війни й військової агресії з боку Росії є украй актуальною та життєво необхідною. Перспективним напрямом вважаємо розроблення моделі формування медіакультури здобувачів бакалаврського рівня вищої освіти мистецьких спеціальностей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/ (дата звернення 06.05.2022).
2. Концепція Нової української школи. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainskashkola-compressed.pdf> (дата звернення 06.05.2022).
3. How To Be An Ethical Journalism Network In 2017. URL: <https://en.ejo.ch/ethics-quality/ethical-journalist-2017>.
4. Саприкін О.А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2016. № 1. С. 87–94. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_15 (дата звернення 06.05.2022).
5. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/ (дата звернення 06.05.2022).