

ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ: ДОСВІД ШВЕЦІЇ

PECULIARITIES OF TEACHING MEDIA LITERACY TO STUDENTS: SWEDEN EXPERIENCE

Стаття присвячена дослідженню базових принципів навчання медійної та інформаційної грамотності в Швеції, зокрема, в середовищі молоді, що навчається у закладах вищої освіти. Проблема навчання медійної грамотності повстала в усіх країнах світу із розвитком цифрових технологій, але різні культурні особливості спричинили розвиток різних підходів до її навчання. Особливістю шведського суспільства є той факт, що більшість громадян цієї країни отримують інформацію з офіційних джерел, якими є газети державного сектору та державне телебачення. Ці інформаційні джерела вважаються достовірними, оскільки намагаються подавати новини у нейтральному ключі, оперуючи фактами і доказовою базою. Тому шведські родини передплачують декілька газет та читають їх разом із дітьми, привчаючи їх до певних інформаційних медійних ресурсів. Єдиною проблемою, що обмежує доступ до достовірних ЗМІ, є соціальна нерівність, тобто, неможливість підписатися на державні ЗМІ через брак коштів.

Дослідження виявило, що для поширення принципів медійної грамотності в Швеції використовують два основних механізми. Перший дає змогу студентам, що зацікавлені у пошуку інформації, самим дослідити і оцінити достовірність різноманітних інформаційних джерел. Надалі, ці дослідження коректують викладачі, контролюючи пошук інформації та обмежуючи самостійність студентів, одночасно надаючи їм інформацію про різні види пасток інтернет-простору. Другий підхід – це створення цифрового ресурсу, який дозволяє будь-якому користувачу перевірити достовірність знайденої інформації. Ресурс розвивають та осучаснюють, приваблюючи молодь до перевірки новин, що розповсюджують соціальні мережі, та проведення власного наукового пошуку. Обидва підходи заслуговують на увагу, досвід їхнього використання варто запозичити і використати в системі освіти України.

Ключові слова: медійна грамотність, цифрові ресурси, пастки інтернет-простору, вплив медійного середовища, Швеція.

The paper is devoted to the investigation of the basics of teaching media and information literacy in Sweden, in particular, in the environment of young people, studying in higher educational establishments. The problem of teaching media literacy arose in all countries all over the world with the development of digital technologies, but the cultural diversity caused different approaches to this process. The peculiarity of Sweden society is that the majority of its citizens receive the information from formal sources like state-owned newspapers and television. These information sources are considered to be reliable, since they try to provide news in neutral mode, dealing with facts and an evidential base. Due to this, Sweden families subscribe to several newspapers and read them together with their children, gradually accustoming them to certain informational media sources. The only problem limiting the access to reliable media is social inequality.

The research revealed that for spreading the principles of media literacy in Sweden two main methods and instruments are used. The first one gives the students, which are interested in internet research, an opportunity to investigate and evaluate the reliability of different informational sources themselves. These investigations are thereafter corrected by supervisors, who monitor the search and to some extent limit their independence, giving them at the same time the information about different traps of internet environment. The second approach consists in creating the digital platform allowing any internet user to check the reliability of information. The platform is being developed and updated, attracting the students to checking their findings, especially those distributed via social networks. Both approaches deserve careful studying, therefore, the experience of their implementation is worth borrowing and using in the educational system of Ukraine.

Key words: media literacy, digital resources, traps of internet environment, influence of media environment, Sweden.

УДК 378(485)

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/71.1.6>

Фучила О.М.,

канд. пед. наук,
доцент кафедри іноземних мов
Національного університету
«Львівська політехніка»

Постановка проблеми у загальному вигляді. У цифровому світі із новими джерелами не тільки достовірної, але й упередженої та фальшивої інформації, важливо вміти зважувати різні позиції та визначати, які джерела надають інформацію, оцінювати її достовірність та робити обґрунтовані висновки стосовно соціальних питань.

Здатність оцінювати інформацію не є інтуїтивною, тобто такою, що отримується природнім шляхом. Навпаки, критичного мислення потрібно навчатись та практикувати у комбінації із знанням предметів. Саме воно є центральним аспектом громадянської місії освіти та веде до підтримки та розвитку навичок, які називають «медійна та

інформаційна грамотність» або «цифрова грамотність». Однак в освіті ці цілі нелегко досягнути, оскільки усе це важко визначити, як потрібно укладати навчальні програми, щоб розвивати такі навички.

Сьогодні в Швеції медійна та інформаційна грамотність (МІГ) є найбільш важливою складовою освіти, спрямованою на сприяння розвитку рівного та активного громадянства. МІГ враховують і акцентують у навчальних програмах, а сучасні дослідження показують, що проблема доступності медійних засобів не настільки значна, як виклики, пов'язані із оцінюванням цифрової інформації. У Швеції молодь читає та розповсюджує

в основному новини, що заслуговують на довіру, з певних медійних засобів. Однак, як підлітки, так і дорослі, постійно намагаються відділити правдоподібні новини від упереджених та фальшивих. Потрібно розробляти підходи, щоб розвивати критичний та конструктивний спосіб мислення у громадян, який базується на науковій цікавості, а не на надмірній довірі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження впливу сучасного медійного простору на життя та громадянську свідомість людини, роль медійної грамотності та медійної освіти у цьому процесі проводили вчені різних країн світу, в тому числі, Швеції. Деякі особливості навчання медійної грамотності в Швеції заслуговують на увагу світового загалу. Над дослідженням проблеми працювали, зокрема, такі організації, як ЮНЕСКО і ОЕСР, світові та шведські науковці М. Андерсон, П. Девідсон, А. Грізл, М. Екстром, Б. Йонструд, С. Р. Каванах, Дж. Ліндел, Т. Нигрен, Т. Ольсон, Н. Сотіракопулос, тощо, та українські науковці Н. Войтко, Г. Онкович, В. Робак, І. Сахневич та інші досліджували медійну грамотність як інструмент формування свідомого громадянина сучасного суспільства та можливості її втілення в освітній процесі ЗВО. Однак, варто проаналізувати досвід таких розвинутих демократичних країн, як Швеція, де таку роботу проводять вже декілька десятиліть на базі власних культурних рис та напрацювань, щоб проаналізувати можливості його використання для покращення медійної грамотності молоді нашої країни.

Мета статті. Проаналізувати особливості підходів до навчання студентів медійної грамотності, базуючись на досвіді Швеції.

Виклад основного матеріалу. Стрімке розповсюдження цифрових технологій вимагає від людей боротьби із новими викликами та можливостями для збереження та розвитку демократії. Це створює потужні вимоги до медійної та інформаційної грамотності, яка може допомогти громадянам критично та конструктивно шукати та отримувати цифрову інформацію.

Коли новинами діляться, їх розповсюджують, коментують та видозмінюють, усі користувачі інтернет-простору повинні перевіряти інформацію самостійно. Цей виклик є водночас психологічним та дидактичним, і вимагає співпраці у національних та інституціональних межах.

В 2017 р. в Швеції започаткували проект «Оцінювач новин» (англ. – The News Evaluator) як частину аналогічного європейського проекту. Було розроблено програми, що дозволяють учням, студентам та пересічним громадянам з науковим підходом переглядати свої інформаційні знахідки, шукати автентичні більш менш достовірні новини та перевіряти свою власну спроможність критично оцінювати цифрові ресурси.

Порівняльний матеріал, що базується на доказовій базі, зараз удосконалюють у Швеції, де дослідники у галузях освітніх наук, психології та штучного інтелекту співпрацюють із розробниками та науковцями для розробки підтримки для студентів, викладачів та зацікавлених громадян спільноти. Програмне забезпечення тестують у лабораторіях та аудиторіях з метою у подальшому забезпечувати підтримку та зворотній зв'язок з користувачами, тобто, виховувати критичне та конструктивне мислення у цифровому світі, наповненому як достовірною, так і упередженою та фейковою інформацією [5; 9].

Одним конкретним аспектом цифрових медійних засобів є те, що вони полегшують користувачу доступ до поглядів, які співпадають із їхнім світоглядом у так званій «цифровій ехо-камері». Ця узгодженість підсилюється адаптацією пошукових механізмів, соціальних медіа, та новинних джерел через алгоритми призначені до кращої відповідності до наших потреб і, як наслідок, створення «фільтрової бульбашки» [11]. Наявність проблеми «ехо-камери» підтвердили емпіричні дослідження, що базувались на відкритих даних від користувачів Фейсбуку. Результати показали, як дезінформація та наукові дані розповсюджувалися в окремих мережах, у яких «користувачі як правило виділяли та поширювали контент відповідно до певного змісту та ігнорували решту інформації» [4, с. 556].

Науковці відзначали, що молоді люди загалом поведуться таким самим чином [2], але, здається, це не стосується шведської молоді. Навпаки, у Швеції молоді люди в першу чергу читають та поширюють інформацію, що викликає довіру, із джерел з-поза «фільтрових бульбашок» [9].

В той же час можна відмітити, що офіційні медійні засоби здатні будувати мости між людьми. Зокрема, дослідження шведський вчених показали, що звички стосовно отримання новин тісно пов'язані із залученням спільноти до їхнього розвитку. Молодь Швеції в основному читає новини на таких сайтах державних ЗМІ, як газети Aftonbladet, Expressen, Svenska dagbladet, Dagens Nyheter та шведське державне телебачення [6; 7].

Шведським студентам було надано можливість самостійно провести наукове дослідження їхніх джерел інформації. Вони визначили, що приблизно 9% новин не викликали довіри. Найменш правдивими джерелами для них були новини про мистецтво та розваги, а також про стиль життя, харчування, здоров'я та медицину [9]. Новини із державних ЗМІ, вважалися достатньо правдивими. Однак, деякі сайти, головною метою яких було привернути увагу додатковими «кліками», виявилися менш достовірними.

Новини можуть об'єднувати людей, але серед молоді Швеції існує очевидна нерівність стосовно

доступу до новин і зацікавленості в них. Дослідження показали, що шведська молодь рідко потрапляє у пастки «фільтрових бульбашок», отримуючи новини. Однак, тільки ті молоді люди, чиї батьки передплачують газети, мають доступ до інформації з високо цінованих газет [8]. Універсальний доступ до високоякісної журналістики може бути шляхом до підсилення демократії та подолання розділення суспільства.

Отже, шведські підлітки, як правило, читають та поширюють новини, які заслуговують на довіру. Вони також вважають, що добре вміють шукати та перевіряти за фактами он-лайн інформацію. Однак, їхня самооцінка не відповідає дійсним умінням відрізнити цифрові новини, яким можна довіряти, від упередженої чи фейкової інформації, причому це стосується не тільки молоді, але й дорослих громадян, які теж мають реальні проблеми, намагаючись відрізнити новини від реклами, расистські висловлювання від фактів у репортажах, наукових даних від псевдонауки. Цей факт є підставою до короткого курсу основ медійної грамотності для студентів першого року навчання, який містить пояснення деяких термінів та їхніх проявів під час роботи в інтернеті.

Отже, ехо-камера – це середовище, де особа стикається тільки з тією інформацією або думками, які відображають та підсилюють її власні. Ехо-камери спотворюють сприйняття людини таким чином, щоб вона не була в змозі сприймати інші точки зору та обговорювати складні теми. Вона також підживлюється підсиленням своєї точки зору.

Ехо-камери трапляються усюди, де відбувається обмін інформацією, незалежно від того, чи он-лайн, чи в реальному житті. Однак, в Інтернеті, майже кожен може швидко знайти односторонні через соціальні мережі та незлічені новинні ресурси. Це робить ехо-камери значно більш численними та небезпечними пастками [1].

Ехо-камери нелегко розпізнати, особливо якщо людина вже в ній опинилася. Якщо вона все ж таки сумнівається чи група в соціальній мережі або веб-сайт не є ехо-камерою, потрібно зупинитися та подумати про відповіді на декілька запитань: можливо, вони мають тенденцію до подання лише однієї сторони проблеми; може їхню точку зору підтримують чутки або поверхневі докази: факти ігнорують, якщо вони не підтверджують їхню точку зору. Якщо усі три пункти відповідають дійсності – це, напевно, ехо-камера.

Немає ідеального способу уникнути ехо-камер, але можна навести декілька підказок. По-перше, потрібно виробити звичку перевіряти численні новинні джерела, щоб упевнитись, що інформація є повною та об'єктивною. По-друге, треба спілкуватися із людьми з іншими позиціями та

обговорювати нові ідеї з фактами, терпінням та повагою. По-третє, варто усвідомити, що бажання вважати інформацію достовірною не робить її такою [3].

Інтернет також створив унікальний вид ехо-камери під назвою «фільтрова бульбашка» [11]. Їх створюють алгоритми, що відслідковують сторінки, які користувач найчастіше відкриває. Надалі веб-сайти використовують ці алгоритми, щоб в першу чергу показувати користувачу контент подібний до того, до якого той виявляв зацікавленість. Ці дії не дають користувачу знаходити нові ідеї та перспективи он-лайн, затакуючи його у незмінне коло інтересів.

Таким чином, фільтрові бульбашки ізолюють користувача. Вище згадані алгоритми надають йому контент, який вважають найбільш цікавим для нього і продовжують це робити, поки не сформулюють бульбашку, в якій користувач отримуватиме тільки ту інформацію, яка, судячи з досвіду алгоритму, найбільше йому (користувачу) подобається.

Коли користувач вперше усвідомлює наявність алгоритмів персоналізації та покращення свого он-лайн досвіду, це може виглядати для нього позитивною ідеєю. Маючи справу із величезним об'ємом інформації, користувачі не можуть обміркувати її усю, навіть маючи гіпотетично необмежений час. Крім того, кожна людина має свої власні зацікавлення, отже, можна сфокусуватися на контенті, який, ймовірно, їй сподобається.

Проблема полягає в тому, що саме такі фільтруючі алгоритми поміщають користувача у «фільтрову бульбашку» [11]. Перебування в ній означає, що ці алгоритми ізолювали користувача від інформації та поглядів, зацікавлення в яких користувач ще не проявив, та може пропустити іншу важливу для нього інформацію.

Ізоляція розповсюджується також на он-лайн досвід користувача. Наприклад, сайти соціальних мереж можуть приховувати пости від друзів з іншими точками зору, або ж новинні сайти можуть демонструвати статті, з якими, як сайти «вирішують», користувач погоджуватиметься. При цьому він і не усвідомлює, що знаходиться у фільтровій бульбашці, оскільки ці алгоритми не питають користувача про дозвіл, не повідомляють про те, що вони активні або про те, що вони приховують. Фактично, вони є частиною Інтернету, і для користувача, що заходить у віртуальний простір, майже неможливо уникнути потрапляння у фільтрові бульбашки. Коли ж користувач «застряг» у власній фільтровій бульбашці, проблема тільки поглиблюється. Наприклад, якщо користувач впевнений, що отримує повну інформацію про певну подію, а насправді має тільки частину, ніхто не може це з упевненістю ствердити, і дискусія на дану тему стає проблематичною. Саме так

фільтрові бульбашки спричиняють брак розуміння та небажання розважити протилежні точки зору та інформацію, що суперечить чийось поглядам.

Подання студентам такої короткої, але конкретної інформації на початку першого семестру допомогло би їм усвідомити правила безпеки при роботі з інтернет-ресурсами та застерегти від надмірної самовпевненості та критичних помилок.

Залучення все більшої кількості комп'ютерних технологій до навчання не є швидким та простим вирішенням проблем освітньої системи. Щоб використання інтернет-ресурсів було конструктивним, важливо, щоб викладачі керували процесом, забезпечуючи студентів доказовою базою для вивчення нових знань [10]. Викладання основ медійної грамотності повинно активно стимулювати студентів до пошуку знань поза їхніми обмеженими горизонтами. Надзвичайно важливо, щоб освітяни стимулювали у студентів грамотну наукову цікавість та стримували надмірну самовпевненість.

Висновки. Для суспільства загалом важливо мати громадян, які беруть участь у розвитку суспільства у позитивному, здоровому та науковому напрямку, де чутки та пропаганду відрізняють від знань. Сприяння розвитку конструктивної критичної позиції по відношенню до оцінювання джерел – це водночас виклик, але і балансує дія. На соціальному рівні, владні структури та медійні засоби повинні працювати з новинами, ретельно їх переглядаючи, та гарантувати, що громадяни можуть довіряти більшості того, що вони читають. На жаль, в обігу завжди існуватиме упереджена та фальшива інформація і, таким чином, індивідуальний захист громадян є необхідним.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Anderson M. C. *Tribalism: The Curse of 21st Century America*. Simms Books Publishing Corporation, 2019. 330 p.
2. Boyd D. *It's complicated: The social lives of networked teens*: Yale University Press, 2014. 296 p.
3. Cavanagh S. R. *Hivemind: The New Science of Tribalism in Our Divided World*. Grand Central Publishing, 2019. 304 p.
4. Del Vicario M., Bessi A., Zollo F. The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences USA*, 113. 2016. P. 554–559.
5. Flynn D. J., Nyhan B., Reifler J. The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs About Politics. *Political Psychology*, 38. 2017. P. 127–150.
6. Kim Y., Russo S., Amnå E. The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages. *New Media & Society*, 19. 2017. P. 899–917.
7. Kruike-meier S., Shehata A. News media use and political engagement among adolescents: An analysis of virtuous circles using panel data. *Political Communication*, 34. 2017. P. 221–242.
8. Lindell J., Hovden J. F. Distinctions in the media welfare state: Audience fragmentation in post-egalitarian Sweden. *Media, Culture & Society*, 40. 2018. P. 639–655.
9. Nygren T., Brounéus F., Svensson G. Diversity and Credibility in Young People's News Feeds: A Foundation for Teaching and Learning Citizenship in a Digital Era. *JSSE – Journal of Social Science Education*, 18(2). 2019. P. 87–109.
10. OECD. *Students, Computers and Learning: Making the Connection*. OECD publishing, 2015. 204 p.
11. Pariser E. *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. Penguin UK, 2011. 304 p.