

2. Шевченко Тетяна Есеїстика українських письменників як феномен літератури кінця ХХ – початку ХХІ ст. : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2019. 584 с.
3. Жовтис Р.Є. Есе в сучасних періодичних виданнях. 2013. 26 с.
4. Михайлин І. Л. Основи журналістики : Підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2011 496 с.
5. Сільман К. В. Жанр есею з погляду соціальних комунікацій. *Закарпатські філологічні студії*. Випуск 3, 2018 136 с.
6. Silman K. Essay genre as a laboratory of national identity // Ukraine und ukrainische Identität in Europa: Beiträge zur Standortbestimmung aus/durch Sprache, Literatur und Kultur. München : Open Publishing LMU, 2017. С. 221–229.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-279-4-45>

Бондаренко І. В.

*здобувачка освітньої програми «Журналістика»,
першого бакалаврського рівня 4 курсу,*

*ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»
Науковий керівник:*

Стекольніцкова В. А.

*кандидат наук із соціальних комунікацій,
завідувач кафедри журналістики та філології,*

ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

**ПРАКТИЧНІ НАВИЧКИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЖУРНАЛІСТА:
ВПЛИВ МЕДІАТЕКСТУ НА ЧИТАЧА**

Існують різні визначення поняття медіаграмотності. Якщо формулювати коротко, то це певна система знань та вмінь, яка дозволяє людині розуміти, як і навіщо сконструйовані медіамеседжі та медіапосили громадкості. Медіаграмотна людина помічає медіамеседжі у щоденному житті, вміє їх критично осмислювати та оцінювати.

У 90-ті роки ХХ століття в англомовній науковій літературі з'являється термін медіатекст, який швидко поширився. Сутність медіатексту як продукту масової інформаційної діяльності та масової комунікації полягає у вираженні конкретної інформації з метою впливу на громадську думку та переконання.

Для того, щоб аудиторія могла адекватно сприймати можливо непрофесійні журналістські матеріали і служити навчання медіаосвіті та медіаграмотності. Треба відмітити, що у документах міжнародних організацій, медіаосвіта розглядається як навчання навикам опанування медіа. Фахівці ЮНЕСКО вважають, що медіаосвіта, як частина прав на самовираження та інформацію відноситься до основних прав та свобод людини [1, 2].

Мовна особистість журналіста, його когнітивна здатність, світосприйняття та інтелектуальний рівень створюють основу медіатексту. Журналіст, у свою чергу, описує затекст (те, що за кадром) так, як вважає за потрібне. Завдяки асоціативності одиниць тексту, адресат може зрозуміти приховану інформацію, яка називається підтекстом. Основними характеристиками медіатексту є логічна закінченість висловлювань, прагматична установка та комунікативний намір.

Важливість медіаосвіти в сучасному світі обумовлена тим, що мас-медіа в умовах інформаційного суспільства часто вирішально впливають на те, яким ми сприймаємо навколишній світ. Але часто медіа безвідповідально ставляться до своєї функції чесно та правдиво інформувати про події та факти дійсності. Тобто віртуальна картинка світу часто сильно відрізняється від картинки реальної.

Сучасні ринкові відносини потребують підготовки висококваліфікованих фахівців у кожному виді діяльності, зокрема пов'язаною зі створенням та розповсюдженням інформації. Формування інформаційного простору потребує наявності високого рівня професіоналізму фахівців – журналістів. Причому формування компетентностей таких фахівців має здійснюватися під час отримання журналістської освіти студентами у закладах вищої освіти [6, с. 20].

Дослідники виділяють за функціонально-жанровою належністю чотири основних типи медіатекстів: новини, інформаційна аналітика та коментар, текст-нарис та реклама. На її думку така класифікація має майже універсальний характер, тому що побудована з урахуванням функціонально-стилістичної диференціації мови та відображає комбінацію функцій повідомлення та впливу на слухача в будь-якому типі медіа текстів [4, с. 16].

Серед головних завдань, які поставлені в концепції, яка розроблена для впровадження медійної освіти в Україні, можна виділити такі складові як: медіаінформаційна грамотність; медіаімунітет особистості; рефлексія і критичне мислення; здатність до медіаторчості; спеціалізовані аспекти медіакультури, зокрема візуальна, аудіальна і музична медіакультури, розвинені естетичні смаки щодо форм мистецтва, опосередковані мас-медіа, сучасні напрями медіа-арту тощо [5, с. 301].

Дослідженням аспектів медіаосвіти та формування медіаграмотності присвятили свої роботи Л. Баженова, О. Волошенюк, К. Ворсноп, В. Іванов, Ю. Казаков, С. Лівінгстон, А. Литвин, Г. Мельник, Л. Найденова, Г. Онкович, М. Слюсаревський та інші.

Г.С. Мельник класифікує медіатексти з точки зору їх впливу на аудиторію наступним чином: а) тексти, розраховані на одночасний вплив на конкретні соціальні інститути і на свідомість масової аудиторії; б) тексти, метою яких є вплив на свідомість масової аудиторії, принципово розраховані на миттєвий відгук будь-якої особи або соціального інституту; в) тексти, розраховані на миттєву реакцію, що потребують втручання в реальну дійсність та нерозраховані на вплив на свідомість масової аудиторії; г) нейтральні тексти, які не розраховані на миттєву реакцію [3, с. 12].

Зорові та слухові, а також дотикові сприймання тексту належить чільне місце після мовлення у нервово-психічній діяльності. За допомогою зору людина отримує 80 % усієї інформації та витрачає на нього більшість енергії за день. Отже, сприймання друкованого тексту має велике значення. Подекуди такий текст, якщо він правильно побудований психологічно, сприймається і засвоюється значно легше й простіше, ніж текст звуковий. Це пояснюється можливостями концентрації уваги, яких потребує людина при сприйманні тексту. Кожен індивід володіє різною швидкістю осягання тексту. Якщо реципієнт не встиг збагнути думку мовця, то він спокійно може повернутися до цієї думки у тексті друкованому та зрозуміти її через повторне прочитування, співвідношення з попередніми твердженнями.

Для того, щоб текст сприймався якомога якісніше (швидко, легко, адекватно), автор має подбати про його правильну конституцію. Що ж являє собою психологічно правильно побудований текст? Це повідомлення, яке оптимально передає закладену в ньому інформацію наперед визначеному адресатові. Адресат має бути відомий (хоч би приблизно): з огляду на нього текст повинен мати певну кількість понять, термінів, визначень, тобто оптимальний рівень складності.

Психологічно правильно побудований текст передбачає також і відповідного змісту оформлення – це дизайн, шрифт, графіка. Це має особливе значення для рекламного повідомлення, бо воно втрачає сенс свого існування без елементарного знання законів психології сприйняття людиною кольорів, форм, шрифтів та їхнього поєднання [4, с. 16].

Існують два важелі впливу на людину за допомогою тексту: аргументаційний та маніпулятивний. Перший спосіб цілком прийнятний для демократичного суспільства. Щодо другого, то він стосується

психології і вважається неетичним, несе в собі негатив. Маніпулювати можна лише добре знаючи, на що можна «надавити» у психіці людини.

Також треба враховувати думку науковців, що сучасний студент повинен розуміти, що для журналістики поняття «інформація» дуже й дуже важливе, бо саме через збирання, оброблення та розповсюдження інформації здійснюється професійна журналістська діяльність.

Студенти під час навчання професії мають знати, що права й обов'язки журналіста закріплені *Законами України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформацію»* та іншими законодавчими актами. Також журналіст несе відповідальність в межах чинного законодавства за перевищення своїх прав і невиконання обов'язків.

Отже, медіатекст – це інтегративний, багаторівневий текст, який об'єднує в єдине комунікативне ціле різні семіотичні коди (вербальні, невербальні, медійні), а також демонструє відкритість на змістовному, композиційно-структурному та знаковому рівні.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 10.11. 2022).

2. Концепції впровадження медіа-освіти в Україні. Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/11048/2010-09-29-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini/> (дата звернення: 10.11. 2022).

3. Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд. Київ : АУП, ЦВП, 2011. 58 с.

4. Маркова В. Медіаосвіта в системі соціальних комунікацій: теоретичний аспект. Вісник книжкової палати. 2019. № 10. С. 16–20.

5. Практична медіаосвіта: авторські уроки / В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.

6. Слюсаревський, М. М. Медіаорієнтаційна функція освіти як відповідь на виклики інформаційної доби. *Вісник АПН України. Педагогіка і психологія*. 2013. № 2. С. 18–28.