

Управління культури, національностей та релігій

Миколаївської облдержадміністрації

Обласна бібліотека для дітей ім. В. О. Лягіна

Текст, контекст, підтекст

«Лабіринтами пошуку істинного»

Інформаційний практикум для учнів 6 класу



Миколаїв, 2020

Мета: познайомити з можливостями застосування прихованих посилань у сучасних медійних продуктах.

Завдання: визначити основні джерела надходження інформації; познайомити з поняттями «підтекст», «контекст», «медіа».

Хід заняття:



Із давніх-давен найдорогоціннішим скарбом людини був розум. У всі часи були люди, яких природа наділяла надзвичайними розумовими здібностями. Вони ставали мудрецами і передавали свої знання іншим різними засобами. Так уперше виникла інформація.

Щодня ваші рідні, близькі, сусіди, друзі слухають радіо, читають газети, дивляться телевізор, багато часу проводять в інтернет. З цих джерел вони черпають інформацію. Чи уявляєте ви життя без зазначених

джерел?

А чи знаєте ви, що будь-яка інформація може містити прихований підтекст. Так й сам текст повідомлення містить в собі контекст, а в деяких випадках може вміщувати і підтекст.

Підтекст — прихований, внутрішній зміст висловлювання. (Приховані інформаційні посилання)

Контекст — відрізок, частина тексту писемної чи усної мови з закінченою думкою, який дає змогу точно встановити значення окремого слова чи виразу, що входять до його складу.

Ці приховані інформаційні посилання діють як сукупність інструментів, що застосовуються з метою маніпулювання нашою з вами свідомістю, і, найчастіше за все, виражаються в інформаційному повідомленні (текст/фото/відео, чи їх комбінація), яке містить неправдиву чи частково правдиву інформацію та поширюється традиційними засобами масової інформації, соціальними мережами чи іншими доступними шляхами розповсюдження інформації, і мають на меті сформувати у свідомості того, на кого спрямований цей інформаційний потік хибне сприйняття інформації (тексту).

Здається, важко зрозуміти, про що йде мова, саме тому ми з вами виконаємо практичну вправу і подивимось, як викривлення інформації впливає на її сприйняття.

Вправа «Знайди джерело»

Учасники об'єднуються в 3 команди. Кожна команда отримує картки з описом життєвих ситуацій, в яких треба скористатися певною інформацією.

Опис вправи: отримавши картку із ситуацією, ви маєте уважно ознайомитись з її вмістом і разом поміркувати, яке джерело інформації буде найбільш достовірним. Можливо, чиясь інформація вміщує в собі прихований підтекст, а можливо, жодне джерело не є достовірним і потрібно обрати інше.



Ситуація 1

Вашому другові необхідно з'їздити в сусіднє місто на консультацію до надзвичайно гарного лікаря, який приїжджає туди тільки на 1 день. Щоб встигнути вчасно на прийом виїхати треба першим автобусом. А о котрій він відправляється?

Сусідка їздила цим автобусом півроку тому. Відправлення було о 7 ранку. Знайомий, який живе біля автовокзалу, каже, що бачить щоранку цей автобус о 7.30.

Продавчиня з магазину чула, що автобус цей вже відмінили. Треба їхати лише власною машиною, до речі чоловік продавчині визвався підвезти, адже він працює таксистом. Обіцяв зробити скидку.

Як вчинити, щоб вчасно потрапити до лікаря? Кого послухати?

Ситуація 2

Бабуся збирається йти в банк сплатити комунальні послуги. Скільки брати з собою грошей?

Сусідка сказала, що квартплата подорожчала і треба брати грошей більше. Інша сусідка чула, як казали по телевізору, що й оплата за газ скоро збільшиться, то треба ще більше брати і, взагалі, краще сплатити наперед.

А бабуся сестра зателефонувала і сказала, що в цьому банку вже зовсім не приймають комунальні платежі, то треба зразу їхати в інший кінець міста. Бабусі спало на думку, що можна звернутися до онука Дмитрика, аби він створив особистий кабінет з розрахунками по комунальних послугах, от тільки електронну скриньку створити треба. Та чи зможе він це зробити у свої 13 років?!

Що робити бабусі?

Ситуація 3

Дівчата зібралися до обласної бібліотеки попрацювати над рефератом у читальній залі. Мама однієї дівчинки сказала, що колись бібліотека працювала з 9 години ранку.

Мама іншої бачила, як якась жіночка заходила туди о 8 ранку. Однокласниця сказала, що, можливо, там сьогодні санітарний день. А відмінниця Маринка, почувши, що дівчата зібралися у бібліотеку, почала їх відмовляти і сказала, що

жодна бібліотека сьогодні не працює, а готовий реферат можна скачати з мережі Інтернет. Вчителька і не помітить.

Що робити дівчатам?

У житті буває багато ситуацій, коли рішення залежить від точної дати, часу, кількості грошей, місця або іншої інформації. Не покладайтесь на чийсь думку – знайдіть її першоджерело, бо люди, які її вам передають, можуть помилятися, або навмисно вас обманювати.

Друзі, ми сприймаємо інформацію в прямому контексті, інколи, навіть не замислюючись, чи потрібна вона нам. Це вже стало буденними речами. Звичайно, підтекст в таких інформаційних посиланнях буває взагалі відсутній. Тоді для чого взагалі нам потрібно їх розрізняти?



Адже елементарно вміти розрізнити новини від кіно вміє кожен. І тоді вже ми вирішуємо, чи будемо це дивитись і яку інформацію ми звідти отримаємо. Тут важко заплутатись. Пропоную перевірити наше вміння розрізняти телевізійні жанри під час вправи «Я розрізняю».

До речі, перед вправою для вас підказка: жанри можна поділити на ті, які висвітлюють правдиві події (репортаж, документальний фільм) та ті, що показують вигадану дійсність (художні фільми, серіали).

Існують такі програми, які, здається, відбуваються прямо перед вами, в реальному часі (наприклад, кулінарне шоу), але насправді їх ретельно готують і знімають упродовж багатьох годин.

Отже, давайте розділیمось на три команди. Я вам буду зачитувати загадку, яка стосується телевізійного жанру. Та з команд, яка дасть відповідь першою, до якого жанру відноситься той чи інший приклад, отримує бал. Наприкінці ми порахуємо бали.

Вправа «Я розрізняю!»

1. Може бути на телебаченні, радіо чи в інтернеті. Розказує, що справді відбулося, про справжніх людей, цікаві, іноді жахливі, іноді веселі історії, які сталися з героями, і які описав чи зняв репортер. (*Репортаж*)

2. З героями відбуваються веселі пригоди, що викликають сміх. (*Комедія*)

3. Кожного вечора, крім вихідних, ми довгий час зустрічаємося з видуманими героями і спостерігаємо. (*Серіал, мультсеріал*)

4. Це надзвичайно захопливо для тих, хто полюбляє спорт. Раніше це можна було слухати лише по радіо, і треба було уявляти, що відбувається. А тепер це можна подивитись онлайн у всевітній мережі, або увімкнувши телевізор, тільки

не забудьте увімкнути звук, адже з коментарями дивитися інформативніше. *(Спортивна телетрансляція)*

5. Ви можете побачити це і в ранковій програмі, і в програмі новин. Воно полягає у веденні розмови журналіста з людиною. *(Інтерв'ю)*

6. Фільм про реальні події. Часто в ньому присутні фахівці, що дають коментарі. *(Документальний фільм)*

7. Як називається фільм, де героїв грають актори? *(Художній фільм)*

8. У цих художніх фільмах дія відбувається в уявному світі, що має власні закони. Часто там є персонажі та монстри, які ведуть війни між собою. Героями можуть бути гномики, чарівники і принцеси. *(Фентезі)*

9. Кожен може стати учасником цієї телепрограми, якщо має якийсь талант, і не боїться його показати перед журі. *(Талант-шоу)*

10. У цій програмі ми дізнаємося, як можна приготувати різні страви. *(Кулінарне шоу)*

Молодці, ось ми і розібралися. Якщо ми торкнулися телевізійних жанрів, я впевнена, ви знаєте, що вони відносяться до медіа. Що, на вашу думку, ще можна віднести до медіа чи медіапродуктів і взагалі?



Медіа - це радіо, телебачення, преса, Інтернет, різні носії інформації і навіть ті речі, які допомагають нам сприймати цю інформацію. Загалом медіа відіграють роль своєрідного передавача інформації для нас споживачів. У житті кожної людини медіа займають чи не найголовніше місце. Для когось - це цілий своєрідний світ, без якого не обходиться жодного дня (серіали, новини, художні фільми і т.д.). А для когось - не більше, ніж засіб дізнатися щось нове.

Медіапродукт – це всі засоби, що задовольняють необхідність в інформації. Це може бути будь-що: періодичні видання, телевізійні передачі, реклама, відео в мережі інтернет та багато іншого.

Існують п'ять ключових ідей, які допоможуть вам розпочати усвідомлено користуватися медіа, аби не заплутатися в інформаційному павутинні.

1. Усі медіа створили люди. Це неочевидно, тому ви часто не усвідомлюєте, що кожна частинка будь-якого медіапродукту – результат чийогось рішення. Навіть, якщо медіапродукт дуже схожий на реальне життя, він не є цим життям.

Як не дивно, але телевізійні шоу, як книжки, мають авторів. Тож, коли ви дивитесь телепрограму, подумайте про те, хто створив це шоу, чи автори дійсно знали людей, схожих на героїв.

2. Медіапродукти створюються для того, щоб бути проданими. Тому посеред різних рішень щодо змісту медіапродукту дуже часто переважають такі, які принесуть більше прибутку.

Наприклад: ви можете побачити на різних коробках однакових готових сніданків відмінні зображення, залежно від того, до кого звертається продавець. Це може бути сухий готовий сніданок для дорослих, як ведуть здоровий спосіб життя, чи для дітей, яким набридли бутерброди чи яєчня.



Медіа дуже важливі для суспільства. Саме з них походять наші уявлення. Що слушно, а що ні, хто ми є. Багато з цих повідомлень ми отримуємо через «посередництво» головних героїв. Адже саме через те, яких героїв покарано, а яких винагороджено, формуються уявлення про добро і зло. Ось чому, буцімто, безневинні відеоігри та мультики мають на нас такий вплив.

4. Різні люди по-різному реагують на медіа. З того, що хочуть сказати нам медіа, кожен самостійно визначає, що він почув. Це тому, що ми все сприймаємо через власний досвід. Слід пам'ятати, що ви не головний герой тієї чи іншої передачі чи фільму. Розуміння цього ключове, щоб ви не ідентифікували себе з іншими поглядами чи героями і формували свою власну думку.

5. Медіа впливають на нас. Кожна історія, про яку ми дізнаємося, спрямована нас вразити. Більшість телешоу, наприклад, розбито на шматки тривалістю приблизно сім хвилин, і кожен із цих сегментів не завершується, або має емоційну інтригу, щоб змусити нас повернутися після реклами.

А як, на вашу думку, з'являється інформація в мережі?

Хто з людей може опублікувати свій медіапродукт в інтернетмережі?

Чи обов'язково це буде якісний медіапродукт?

Як ви вже зрозуміли, в кожного медіапродукту є автор. Тож давайте розберемось, хто вони, ці автори, за допомогою невеличкої вправи. Я вам буду називати контент, а ви мені його автора. Спробуємо?

«Як з'являється інформація»

- Хто створює оповідання, вірші, казки, які ми читаємо у книжках?
- Хто створює статті в газетах і журналах?
- Хто створює фотографії?
- Хто створює малюнки, комікси, ілюстрації?
- Хто є автором музики?
- Хто створює онлайн ігри?
- Хто створює відео на ютубі і тік-тоці?

- Хто створює блоги?
- Хто створює онлайн трансляції?

Отже, будь-який інформаційний продукт, який можна прочитати, побачити, почути, має автора. Він виступає у ролі «медіакухаря», що створює «медіаїжу» для розвитку нашої свідомості.

Пригадайте ситуації за вищезгаданими питаннями, коли «медіакухар» створює якісний медіапродукт, а коли - неякісний. Як реагує наш мозок, наша свідомість, наша поведінка на якісні та неякісні медіапродукти?

Будь-яка людина може розмістити в інтернетмережі будь-яку інформацію (власну або чиясь). Враховуючи те, що в людей різні вподобання, мережа наповнюється різноплановою інформацією. Ця інформація, звісно, може бути і не правдивою. І дуже часто це робиться навмисно. Давайте подивимось, як це інколи відбувається, погравши у рольову гру..

Рольова гра «Довіряй, але перевіряй»

Пропоную вам усно скласти речення про будь-яку подію зі свого життя (*наприклад: вчора мама купила мені морозиво, або: ми з татком у неділю їздили на велосипедах на рибалку*). Далі, протягом 2 хвилин ви ходите по класу і спілкуєтесь один з одним, передаючи інформацію про свою подію. Через 2 хвилини займаєте свої місця і на аркуші паперу запишете одне речення, яке почули від однокласників (будь-яке за бажанням). Але є певна умова:

- учні першої групи передають інформацію достовірно;
- учні з другої групи змінюють автора інформації;
- учні з третьої групи змінюють якусь частинку інформації (час, подію, учасника, місце тощо).

Далі необхідно запропонувати предмет, який буде символізувати інтернетмережу (капелюх, коробка, кошук тощо). Діти «розміщують інформацію в інтернетмережі» – складають свої листочки в коробку.

Наступний крок – ви перетворюєтесь на інтернеткористувачів, «завантажуючи інформацію» – дістаєте будь-який листочок з коробки.

Далі, по черзі зачитуєте запис з листочка і відповідаєте на питання (можна розмістити їх на фліпчарті):

- Вірю чи не вірю цій інформації?
- Які почуття викликає ця інформація (позитивні чи негативні)?
- Які дії хочеться вчинити після отримання цієї інформації (посваритися, помиритися, посперечатися, посміятися, розпитати тощо)?

- Як дізнатися, правдива інформація у мене чи спотворена?

Діти, дістаючи листочки з «інтернету» (коробки), вже розуміють, що інформація може бути правдивою або спотвореною. І вже при ознайомленні з текстом намагаються це зрозуміти.

Якщо вони сумніваються, то мають право перепитати в «автора», чи це дійсно так. Це важливе вміння (сумніватися, перевіряти, перепитувати, шукати істину) необхідно сформулювати в дітей так, щоб вони користувалися ним не тільки під час гри, а й у різних життєвих ситуаціях.

Отже, перш, ніж скористатися інформацією, завжди оцініть, чи джерело не вводить вас в оману, а можливо, автор говорить правду.

Перевірте:

- Хто автор? Чи він компетентний у тому, про що пише чи говорить? *(Наприклад, чи можете ви довіряти сторінці бібліотеки в мережі інтернет, що рекомендує вам ту чи іншу книгу для вашого віку).*

- Чи інтернет сторінка авторитетна? *(Чи автори підписали свої тексти? Чи є посилання?)*

- Чи автор посилається на неперевірені джерела? *(Наприклад, порівнює відповіді різних людей, щоб встановити, хто має рацію).*

- Чи сторінка професійно зроблена, а текст старанно написаний? *(Наприклад, немає грубих граматичних помилок, інших мовних огріхів).*

- Чи джерело актуальне? *(Наприклад, належить до найсвіжіших матеріалів і найновіших подій).*

Завжди обирайте таке джерело, яке буде для вас найпридатніше в ситуації, що склалася.

Залежно від потреб обирайте джерела:

- легкодоступні;
- зрозумілі для вас;
- такі, якими легко можна скористатися;
- особливі (детальні) чи загальні (залежно від того, що ви знаєте на цю тему).

Саме це допоможе вам не заплутатися в лабіринтах пошуку істиного. А з часом і з досвідом прихований підтекст буде вам зрозумілий.

І на останок пропоную провести заключну гру



Гра «Кошик думок»

Раздати учням кольорові кружечки: **«Жовті»**, **«Червоні»**, **«Зелені»**. Учні мають об'єднатися у команди. Раніше сформовані групи краще перемішати між собою.

Кожній з команд видається маркер та аркуш паперу. Далі запропонувати за 5 хвилин перелічити джерела, звідки особисто вони можуть отримувати інформацію.

Можуть називати доступні для них джерела: газети, журнали, книжки, батьки, старші сестри та брати, родичі, сусіди, реклама, білборди, телевізор, інтернет, довідники, казки, люди, вчителі, тварини, навколишній світ тощо.

Після презентації робіт запитуємо про те, чи можна довіряти всій отриманій інформації.

- Чому?
- Кому можна довіряти, а кому ні?
- Як перевірити, правду говорять чи ні?

Дякуємо, ви сьогодні відмінно впоралися з усіма завданнями. Сподіваюсь, ви відмітили для себе, що не всім джерелам інформації можна довіряти. Також впевнилися, що блукаючи лабіринтами пошуку істинного, ви змогли розрізнити прихований підтекст і чітко зрозуміти контекст, та все це приходить з досвідом, який ви впевнено набуваєте. Сучасне суспільство живе в умовах глобального зростання обсягів виробництва й споживання інформації, що потребує глибокого осмислення. Тож пізнавайте, осмислюйте, робіть висновки та приймайте рішення на шляху до успіху. Ловіть свою хвилю життя! До побачення. На все добре.



Використані джерела:

Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – К. : ЦВП, АУП, 2017. – 79 с.

Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В, Ганик О. В., Голощапова В. В, Дегтярьова Г.А, Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О, Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. – Київ : ЦВП, АУП, 2018 — 234 с.

Практична медіаграмотність для бібліотек / Власюк О.В, Потапова В.І., Срібна І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В.Ф. — Київ : АУП, ЦВП, 2019. — 61 с.

Боднар С. С. Світ інформації та мас – медіа. Роль інформації та мас - медіа в сучасному світі : [Електронний ресурс] : урок / С. С. Боднар // На Урок: освітній проект.—Електрон. текст. дані. — Режим доступу: <https://naurok.com.ua/svit-informaciya-ta-mas-media-149059.html>, вільний.—Назва з екрана.

Золотухін Д. Боротьба з фейковими новинами : [Електронний ресурс] : досвід України та рекомендації / Д. Золотухін // Medium Corporation : спілка журналістів, блогерів і читачів.—Електрон. текст. дані. — Режим доступу: <https://medium.com/@postinformation/боротьба-з-фейковими-новинами-4d5ef6a4e5ec>, вільний.—Назва з екрана.

Укладач Н. В. Шука

Редактор О. К. Карпенко

Відповідальний за випуск Т. А. Жайворонок