

## ОПЫТ МЕРОПРИЯТИЙ ПО МЕДИАГРАМОТНОСТИ СО ШКОЛЬНИКАМИ

Годкина Дарья Андреевна

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

E-mail: [dariagodkina@yandex.ru](mailto:dariagodkina@yandex.ru)

За последние годы Интернет стал одним из самых распространённых источников информации в мире, что повлекло за собой значительные изменения в распространении контента и его влияния на аудиторию. Глобальный феномен дезинформации давно захватил как новые медиа, так и традиционные новостные каналы.

К.В. Киуру подчеркивает, что термин «поддельные новости» (фейк-ньюс) «относится к конкретным новостным сообщениям, которые выходят либо в СМИ (онлайн или офлайн), либо в социальных сетях и не имеют фактической основы, но представлены как факты, а не сатира» [1. 19]. При этом А. П. Суходолов и А. М. Бычкова полагают, что уникальность фейков состоит в их стилистике: они создаются как настоящая новость, но имеют содержание полностью или частично ложное, искажённое, неправдоподобное [2].

26 апреля 2023 года автором статьи было проведено медиаобразовательное мероприятие с учениками 5 класса в Точке роста МБОУ «Новолядинская СОШ». Его основной целью было выявление степени информированности учеников об опасности распространения фейковой информации в социальных сетях. Для школьников была подготовлена программа с теоретической и практической частями. Теоретическая часть включала в себя презентацию с разъяснениями определения понятия «фейк-ньюс», информирование о каналах распространения дезинформации, способах выявления ложного контента и мерах по противодействию распространения недостоверной информации. Практическая часть прошла в формате игры.

Ребята очень активно слушали, размышляли и задавали интересующие их вопросы. Их заинтересованность данной темой повлекла массу неожиданных итогов. Школьники задались вопросом: «А как же бороться с фейками в СМИ?». Чтобы ответить на данный вопрос, нами была разработана интерактивная игра «Фейк ты или нет». На основе полученной информации школьникам предстояло понять, ложная ли предложенная им новость или нет. На слайде были показаны диалоги из социальной сети ВКонтакте, мессенджеров WhatsApp, и Telegram. Нужно было указать, а, самое главное, доказать, какая переписка является фейковой, а какая правдивой. С информацией в WhatsApp и Telegram ученики справились быстро, сразу выявили отличительные особенности фейков, смогли конструктивно ответить на провоцирующие вопросы и разъяснить свою точку зрения. С новостями из социальной сети ВКонтакте возникли проблемы, но они быстро разрешились.

Школьники проявили себя по-разному, что сказалось на итоговом результате командной работы. Оказалось, что 1/3 группы подвержена влиянию интернет-пространства и потребляет всю информацию без критического подхода. Поэтому им было довольно трудно с практическим заданием.

В наше время интернет представляет собой архив разнообразной информации. При этом определить, правдива эта информация или нет, довольно трудно. В данной ситуации вопрос воспитания у молодежи критического мышления стоит на острие.

### Список литературы

1. Киуру К. В. Фейковый контент в медиа как объект коммуникационных исследований // Политическое пространство и социальное время: Правда и ложь в политике и искусстве. Сборник научных трудов XXXVI Международного Харакского форума 15–17 мая 2019 г., г. Ялта / Под ред. Т. А. Сенюшкиной, Д. Танчича. Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2019. С. 95–99.

2. Суходолов А. П., Бычкова А. М. «Фейковые новости» как феномен современного медиaproстранства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. № 2 (6). С. 143–169.