

## МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК СУЧАСНА ПОТРЕБА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*Розглянуто феномен медіаграмотності як сучасної потреби інформаційного суспільства. Подано визначення та завдання медіаграмотності, принципи медійної та інформаційної грамотності від ЮНЕСКО, а також правила медіаграмотності від Йорана Андерсона.*

**Ключові слова:** медіаграмотність, медіа, інформація, інформаційна грамотність.

### *Abstract*

*The phenomenon of media literacy as a modern need of the information society is considered. Definitions and tasks of media literacy, principles of media and information literacy by UNESCO, as well as rules of media literacy by Joran Anderson are presented.*

**Keywords:** media literacy, media, information, information literacy

### **Вступ**

У XXI столітті люди не лише є споживачами інформації, яку транслюють ЗМІ, а самі почали створювати контент у медіапросторі: писати дописи у «Фейсбуці», транслювати наживо усе, що відбувається навколо них, завантажувати аматорські відео на «YouTube», які потім використовують ЗМІ у своїх сюжетах та публікаціях. Це все вказує на те, що суспільство перетворилося на інформаційне – велика частина діяльності та спілкування перемістилася у віртуальний простір. Тому зараз важливою і потрібною є навичка медіаграмотності.

### **Результати дослідження**

Медіаграмотність - це набір компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства [1; 2]. Теперішнє медіасуспільство - це суспільство 2.0. [3] Тобто інформаційне суспільство, яке спілкується, ділиться інформацією, отримує нові знання, влаштовує соціальні акції та флешмоби у віртуальному просторі.

В основі медіаграмотності - модель, яка заохочує людей замислюватися над тим, що вони дивляться, бачать, читають. Завдання медіаграмотності полягає у трансформації медіаспоживання в активний та критичний процес, допомагаючи людям краще усвідомити потенційну маніпуляцію, а також допомогти зрозуміти роль мас-медіа і ЗМІ у формуванні громадської думки [4].

Споживачі інформації у медіа та соціальних мережах, які водночас є і її творцями, повинні почати критичніше ставитися до повідомлень у ЗМІ, не вірити усьому, що опубліковано, перевіряти інформацію у кількох джерелах, щоб уникнути поширення фейків, тобто неправдивих новин.

«Стати медіаграмотним» – не означає пройти якісь курси, вивчитися, отримати сертифікат, і на цьому все. Медіаграмотність – це практичний навик, риса стилю життя. Медіаграмотна людина, якщо бачить сумнівну інформацію, намагається її перевірити. Це людина, яка не просто пливе за інформаційною течією, а критично сприймає цей потік [5; 6]. Інформація уже позбавлена ореолу святості чи таємничості, як це було у радянський період, коли відомостей бракувало. Зараз повідомлень та новин – надлишок. Контент творить кожен, хто хоче його творити. Інформації стало багато, тому гостро постала проблема її аналізу та критичного сприйняття, щоб відсіяти неправду.

Міжнародна організація ЮНЕСКО [7] опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності (Laws of Media and Literacy, MIL). Згідно з ними, «інформація, комунікація, бібліотеки, медіа, технології, Інтернет мають використовуватися суспільством критично. Вони рівні за статусом, і жодне з цих джерел не варто вважати більш значущим, ніж інші». Важливо перевіряти отримані повідомлення у різних джерелах і не вважати одне достовірнішим за інше. Не варто оточувати себе лише медіа певної орієнтації, адже це спотворює сприйняття

реальності. Інформацію потрібно черпати з різних джерел, незважаючи на те, що їхня позиція може бути неприйнятною для нас. Лише так можна залишитися об'єктивним.

Відповідно до принципів ЮНЕСКО, «кожен громадянин є творцем інформації/знань. Кожен має право на доступ до інформації та право на самовираження. Медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх – і для чоловіків, і для жінок, – і тісно пов'язана з правами людини». Саме тому, що кожен має право на самовираження, і потрібна медіаграмотність. Адже інформації стало дуже багато, тому потрібно уміти її фільтрувати. Безперечно, кожен має право на власну думку і її висловлення, але через інформаційний шум не всі є почутими [7].

Ще одним принципом є те, що «інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання і застосування МІЛ повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян». Особливо це відчутно в Україні, де медіа мають власників, здебільшого олігархів, які нав'язують власну редакційну політику. Потрібно уважно аналізувати месиджі, які чуємо зі ЗМІ – найчастіше вони вигідні їхнім власникам і не відображають реальної картини. Саме тому і потрібна медіаграмотність – для розуміння поточної ситуації, позицій сторін конфлікту та поглядів різних людей. «Кожен громадянин хоче отримувати і розуміти нову інформацію, знання і повідомлення та мати можливість на спілкування з іншими, навіть якщо він не висловлює це прагнення. Їхні права на це ніколи не мають порушуватися».

П'ятим принципом медіаграмотності від ЮНЕСКО є твердження, що «медійна та інформаційна грамотність не набувається одномоментно. Це постійний та динамічний досвід і процес. Його можна вважати завершеним, якщо він включає в себе знання, вміння та установки щодо використання, створення та передачі інформації, щодо медіа та технологічного контенту». Знання, вміння та навички з медіаграмотності набуваються разом із досвідом. Для цього людині потрібно перебувати в медійному полі, критично сприймати інформацію від різних ЗМІ та лідерів думок у соцмережах, зіставляти різні факти та повідомлення, не довіряти нікому та перевіряти дані.

Шведський медіаосвітянин та педагог, куратор шведського медіаосвітнього порталу Йоран Андерсон [3] сформулював власні правила медіаграмотності. По-перше, «не варто поширювати прохання про пошук людини. Ви ж не знаєте всієї історії. Іноді за дуже емоційним проханням знайти зниклу безвісти близьку людину, може ховатися звичайний брехун». Такі поширення часто трапляються в українському сегменті Фейсбуку. Люди щиро хочуть долучитися до вирішення проблеми, допомогти тим, чим можуть, хоча б репостом, але рідко задумуються, хто саме поширив таке повідомлення, для чого це йому, кому це вигідно і хто від цього може постраждати.

По-друге, «не потрібно ділитися інформацією про події та нещасні випадки. Те саме – ми не знаємо фактів. Під час поширення інформації про ознаки підозрюваного або потерпілого, ви ризикуєте нашкодити невинним і поширити неправдиві заяви, які дезорієнтують багатьох людей. Йдеться також про захист тих, хто безпосередньо постраждав в ситуації». Такі повідомлення теж поширюють доволі часто і не задумуються про наслідки. Користувачі бачать інформацію і одразу вважають її правдивою, не перевіривши. Для цього і потрібно володіти медіаграмотністю – щоб не вірити жодним відомостям до їхньої перевірки.

Також «варто бути обережними, коли берете участь у конкурсах та розіграші призів. Деякі з повідомлень Facebook містять посилення на сторінки, на яких просять дати вашу особисту інформацію, щоб конкурувати за приз. Такі конкурси практично не мають переможців, власник сайту збирає інформацію для продажу її багатьом компаніям, щоб вони могли вам відправити рекламу по електронній пошті або телефону». Зараз такі конкурси стали доволі популярними, багато користувачів хочуть отримати призи і не задумуються про те, чи обіцяні подарунки узагалі існують. Окрім того, «не потрібно проходити тести на Facebook. На деяких веб-сайтах, які пропонують тести, рекомендується увійти в систему з обліковим записом соціальної мережі і дати дозвіл, щоб розмістити результати на сторінці. Це завжди попереджувальний знак. Так, користувач дозволяє контролювати свій обліковий запис». Останнім часом проходження таких тестів, зокрема поширення їхніх результатів, стало масовим явищем. Такий тренд використовують і ЗМІ, публікуючи тести до певних свят. Часто користувачі соцмереж без вагань заходять на сумнівні сайти та поширюють результати тестів на власні сторінки у Фейсбуці.

### **Висновки**

Отже, медіаграмотність можна назвати сучасною потребою інформаційного суспільства, адже зараз головною цінністю стала інформація, її продукують майже усі користувачі медійного простору. Контенту стало так багато, що споживачі не встигають його аналізувати. Серед великої кількості відомостей часто трапляються неправдиві новини, маніпуляції та пропаганда. Новітня навичка – медіаграмотність, покликана до того, щоб навчитися їх відрізняти.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Денисюк С. Г. Комунікологія : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2015. 102 с.
2. Денисюк А. В., Бобрук А. М., Похило І. Д. Вербальний вимір іміджу політика: «Спочатку було слово»... Гілея: науковий вісник / Гол.ред. В. М. Вашкевич. Київ :Видавництво «Гілея», 2017. Вип. 123. С. 283-287.

3. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. URL: [http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti\\_mediagramotnim\\_desyat\\_neobkhdnikh\\_kompetentnostey/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhdnikh_kompetentnostey/)
4. Гуза Ю. Правила користування Фейсбуком від Йорана Андерсона. URL: <http://www.medialiteracy.org.ua/index.php/dliamediaspozhyvacha/publikatsii-2/44-publikatsii-dlia-mediacostumer/596-pravylakorystuvannia-feisbukom-vid-yorana-andersona.html>
5. Плахта Д. Медіаосвітня вакцинація. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/mediaosvitnya-vakcynasiya>
6. Плахта Д. Чому важливо бути медіаграмотним або Як виробляти у собі інформаційну «імунну систему». URL: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-buty-mediagramotnym>
7. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності. URL: [http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko\\_opublikovala\\_pyat\\_printsipiv\\_mediynoi\\_ta\\_informatsiynoi\\_gramotnosti/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/)

**Погода Валерія Вікторівна** – студент групи Ек-176, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: [kaleriavvp@gmail.com](mailto:kaleriavvp@gmail.com)

**Денисюк Світлана Георгіївна** – доктор політичних наук, професор, професор кафедри суспільно-політичних наук, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: [svetadenisiyk@gmail.com](mailto:svetadenisiyk@gmail.com)

**Valeria V. Pogoda** – student of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

**Svitlana G. Denysiuk** – Doctor of Politician science (Eng.), professor, professor of social and political sciences department, [svetadenisiyk@gmail.com](mailto:svetadenisiyk@gmail.com)