

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

УДК 007:[316.023.6:342.813+37.032:070.447]
DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2019.4-2/33>

Джолос О. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ІНФОРМАЦІЙНА ТА МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА ДЕМОКРАТИЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано принципи та компетенції з інформаційної та медіа грамотності запропоновані ЮНЕСКО в документах (Laws of Media and Information Literacy, MIL), як комбінації знань та навичок, необхідних для активної й усвідомленої участі людини в житті медійного суспільства

Сьогодні людство живе у величезному інформаційному потоці, щодня або щогодини на людину обрушується шквал інформації. Хочемо ми цього чи ні але інформація впливає на наш світогляд на нашу поведінку. Точно так само як ми з Вами вибірково ставимося до вибору продуктів харчування, одягу, побутової техніки не менше вибірково ми маємо ставитися до тих джерел інформації, які ми користуємося, тобто до свого медіаспоживання.

Мас-медіа, Інтернет, соціальні мережі – це головні джерела інформації для пересічних людей. При цьому треба визнати що громадяни, далеко не усіх країн, вміють користуватися ЗМІ. В сучасному світі відбувається бурхливий розвиток масових комунікацій, але водночас виникла проблема: «Чим більше ви знаєте, тим менше розумієте». Тому одним з головних завдань ЗМІ та журналістів є визначення у бурхливому потоці інформації справжніх орієнтирів розвитку цивілізації. Дуже важливим є моральний аспект в роботі працівників ЗМІ.

Інформація сьогодні є справжньою потужною силою в руках влади. Але інформація сама по собі є сировиною. Саме цьому уряди тоталітарних держав намагається контролювати ЗМІ з метою впливу на свідомість і дії людей. Це явища у сучасному світі називають пропагандою нового типу, яка використовує насамперед психологічний вплив. Незважаючи на це медіа повинні забезпечувати вільний неупереджений доступ розповсюдження інформації. Так само як у сучасному світі існують свободи пересування, вільна торгівля та досконала конкуренція.

Щоб у суспільства була реальна картина подій у світі, варто не тільки вимагати від медіа дотримуватись правил професійної етики та стандартів, не менш важливо навчити громадян критично споживати інформацію, тобто бути медіаграмотними. Громадянам важливо розуміти функції медіа та інших джерел інформації, критично оцінювати їх контент та приймати обґрунтовані рішення на підставі отриманої інформації.

Ключові слова: інформаційна грамотність, медійна грамотність, розуміння, використання, комунікація, стратегія, критичне мислення.

Постановка проблеми. Сьогодні людство живе у величезному інформаційному потоці. Громадські та комерційні телевізійні та радіо канали ведуть мовлення 24/7. Щоденно друкуються сотні тисяч газет. Незлічenna кількість книг щорічно береться з бібліотек. Цифри щодо отримання інформації в інтернеті – ще більш астрономічні. Соціальні мережі поглинули новинні формати, чим створили загрозу існування журналістики, що служить інтересам суспільства, – і тим самим започаткували епоху, коли у кожного своя правда і в кожного свої факти. Минулого року середній

користувач проводив у соцмережах принаймні 30 % від усього часу, що він перебував онлайн. При цьому підлітки можуть залишатися онлайн до 9 годин на день. Тепер немає сумнівів: соціальні мережі змогли завоювати дуже важливе місце в нашому щоденному житті.

Хочемо ми цього чи ні але інформація впливає на наш світогляд на нашу поведінку. Точно так само як ми з Вами вибірково ставимося до вибору продуктів харчування, одягу, побутової техніки, не менше вибірково ми повинні ставитися до тих джерел інформації, які ми користуємося, тобто до

свого медіаспоживання. На сьогодні, мас-медіа та соціальні мережі перетворилися на потужну силу, що здатна словесними та візуальними засобами створювати у значній кількості людей певне бачення подій у державі, формувати політичні симпатії. Медіа фактично є владою, тож журналістам варто усвідомлювати, до яких фатальних наслідків може призвести необ'єктивне висвітлення інформації.

Постановка завдання. Мас-медіа, Інтернет, соціальні мережі – це головні джерела інформації для сучасної людини. При цьому треба визнати що громадяни, далеко не усіх країн, вміють користуватися ЗМІ.

Майже 60 % українців не схильні до критичного мислення. Лише 11 % змогли відрізнити фейки. При цьому 65 % стверджують, що вміють відрізнити неправдиву інформацію в медіа. При цьому частка тих, хто звертає увагу на джерело новин зменшилася із 28 до 27 %, порівняно з минулим роком. Звертають увагу на те, чи представлені у новині різні точки зору 26 %, а на те, кому належить медіа – 13 %. Такими є результати дослідження від USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.», у якому взяли участь близько 4 тис. людей. Похибка вибірки з імовірністю 0,95 не перевищує 2,5 % [1].

Щоб у суспільства була реальна картина подій у світі, варто не тільки вимагати від медіа дотримуватись правил професійної етики та стандартів, не менш важливо навчити громадян критично споживати інформацію, бути медіа та інформаційно грамотними.

Виклад основного матеріалу. Медіаграмотність – це набір компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства. Стосовно України то в концепції Нової української школи, і законі “Про освіту” одним з головних пріоритетів зазначено формування у учнів та водночас і у вчителів навичок та компетенцій критичного мислення, інформаційної та медіаграмотності [2].

«Для виживання нашої держави дуже важливо, щоб громадяни вміли критично мислити. Медіаграмотність – це необхідне вміння для сучасної особистості», - Лілія Гриневич, экс-міністр освіти та науки України [3].

В контексті впровадження медіа грамотності слід орієнтуватись на рекомендації міжнародної організація ЮНЕСКО, яка в своїх офіційних документах запропонувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності [4].

В цих документах ЮНЕСКО намагається поєднати інформаційну та медійну грамотність (Laws of Media and Information Literacy, MIL), виділивши спільні для обох сфер поняття. Організація також позиціонує ці дві сфери як комбінацію знань та навичок, необхідних сучасному суспільству в усьому світі.

«Громадянам важливо розуміти функції медіа та інших джерел інформації, критично оцінювати їх контент, а також приймати обґрунтовані рішення - як користувачам, так і виробникам медіаконтенту та інформації», - пояснили в організації [5].

Правила MIL охоплюють всі види ЗМІ та інші джерела інформації - бібліотеки, архіви, музеї та інтернет, незалежно від використовуваних технологій.

Коротко про принципи MIL запропоновані ЮНЕСКО [6] :

Принцип 1. 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.

Принцип 2. Кожен громадянин є творцем інформації/знань. Кожен має право на доступ до інформації/знань 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.

Принцип 3. Інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання і застосування MIL повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян.

Принцип 4. 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. Їх права на це ніколи не мають порушуватися.

Принцип 5. 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.

На основі запропонованих принципів медіаграмотності ми формуємо набір відповідних компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства.

Компетентності з медіаграмотності можна умовно поділити на чотири групи – розуміння медіа, використання медіа, комунікація за допомогою медіазасобів та вміння досягати власних цілей, застосовуючи медіа.

Розуміння медіа

Люди мають розуміти про вплив медіа на суспільство так само як і розумітися на тому як побудовані та за якими принципами функціонують ЗМІ.

Виробники ЗМІ націлюють свої повідомлення на цільові групи. Телеканали адаптують свої програми на основі отриманих рейтингів. Видавці журналів зосереджують увагу на конкретній тематиці, мові й дизайні, щоби привернути увагу обраних цільових аудиторій. Бути медіаграмотним означає розуміти, як вибір цільової групи впливає на медіаформати та зміст. З. Розуміння того, як медіа забарвлюють реальність. Засоби масової інформації завжди представляють реальність із певного погляду. Цей погляд часто залежить від редакційної політики, впливу власника, держави та інших факторів.

Використання медіа

Активна участь у житті медійного суспільства починається з технічних навичок використання медіа. Бути технічно майстерними також означає вміти обмежити користувацькі ризики. Медіаграмотні люди вибирають безпечні паролі, використовують безпечний перегляд і встановлюють додатки для захисту від крадіжки на свої планшети. Але це також стосується і ставлення до засобів масової інформації. Бути медіаграмотним означає бути відкритим для використання нових засобів масової інформації, але також і не стати їхнім рабом. Це означає активно вивчати нові програми та технології, але не піддаватися на будь-яку нову рекламу; це означає також бути в змозі вимкнути свій телефон час від часу.

Ми маємо добре орієнтуватись у світі медіа. Багато працівників проводять у середньому чотири години свого робочого дня в інтернеті. Спочатку ви намагаєтесь знайти свій шлях у визначених середовищах: пройти гру до кінця, знайти інформацію, яку ви шукаєте на сайті, а також переглядати меню свого мобільного телефону. Далі йдеться про розуміння залежностей медіадодатків. Наприклад, якщо у вас є комп'ютер із Windows, важливо знати, що ви можете вирізати таблицю, зроблену у Word, та вставити її у презентацію PowerPoint. І, нарешті, мова про вибір між медіадодатками. Коли використовувати свій мобільний телефон, а коли легше відкрити ноут-

бук? Коли стежити за розвитком новин по телевізору, а коли у Twitter? Коли використовувати Google, а коли краще піти в бібліотеку? Коли розмістити повідомлення на Facebook, а коли на LinkedIn? Медіаграмотні люди досліджують можливості та розвивають навички, щоб оптимально рухатися в медіасередовищах.

Комунікація та створення контенту

Бути медіаграмотним означає бути спроможним знайти те, що ви шукаєте, вибрати те, що вам потрібно, й визначити, наскільки надійною є ця інформація. А поряд із володінням ефективними стратегіями пошуку ви повинні вміти зберігати, повторно використовувати та поширювати інформацію. Бути медіаграмотним означає бути здатним оптимально використовувати відповідну інформацію, зберігаючи її розумно, й ділитися нею з іншими.

Громадяни еволюціонували від споживачів (consumers) до споживачів-виробників (prosumers). Ми не просто дивимося телевизор пасивно, але реагуємо на те, що ми бачимо, у Twitter. Ми не просто йдемо в кіно, а й виставляємо свої власні відео на YouTube. Ми дізнаємося про світ не тільки з книжок та енциклопедій, але й пишемо про нього у блогах та робимо свої внески у Вікіпедію.

Але і для людей, які активно не створюють контенту, життєво важливо вміти ефективно спілкуватися. Теперішнє медіасуспільство вимагає нових навичок комунікації та презентації від своїх громадян. Ви повинні знати, як донести інформацію до вашої цільової аудиторії і які медіа є найбільш придатними, щоби передати ваше повідомлення. Також важливо, щоб дизайн вашого повідомлення був привабливим, тому що наше медіасуспільство є візуальним суспільством, у якому картинка варта тисячі слів. Бути медіаграмотним означає бути спроможним створити функціональний і привабливий контент, щоб найкращим чином передати своє повідомлення цільовій аудиторії через соціальні мережі.

Соціальні медіа не тільки приносять зв'язки та співпрацю, а й неправомірне використання та зловживання. Медіаграмотні люди знають, коли інші люди поведуться невідповідним чином, і можуть ефективно покласти цьому край. Також дуже важливо розуміти, як працюють соціальні мережі: як поєднати людей для створення речей у співпраці? Як вивести дискусію з колії? Як зробити, щоб вас побачили й почули? Чим важливо поділитися? Як ви можете стежити за іншими людьми й підтримувати їх?

Стратегія

Розуміння, використання і комунікація в кінцевому рахунку, є лише умовами для останньої групи компетентностей: Стратегії. Як впливає зі значення слова, здебільшого «ЗМІ» завжди є засобом для реалізації особистих, соціальних, професійних або суспільних цілей. У сучасному медіасуспільстві практично неможливо досягнути особистих, соціальних, професійних або суспільних цілей без використання медіа хоча б у якийсь спосіб.

Висновки і пропозиції.

Щоб оптимально використовувати можливості, надані засобами масової інформації, ми повинні бути в змозі задуматися про всі аспекти власного використання засобів масової інформації. Перш за все, про вплив пасивного споживання ЗМІ: що ви дивитесь, читаете і слухаете? Що насправді впливає на вас? І як це вплине на ваш спосіб життя і, в кінцевому рахунку, на ваше щастя?

На важливості впровадження медіа грамотності серед громадян і особливо молодь наголошують і міжнародні партнери України. «Демократія потребує включених активних громадян, які здатні розрізняти правду й пропаганду. Медіаграмотність важлива для усіх країн, але особливо важливо для України, суверенітет якої перебуває зараз під загрозою», - Марі Йованович, экс-посол США в Україні [7]. Щоб у суспільства була реальна картина подій у світі, варто не тільки вимагати від медіа дотримуватись професійних

журналістських стандартів. Важливо навчити громадян критично споживати інформацію, тобто бути медіа грамотними – такою сьогодні є позиція українського уряду. У Міністерстві культури, молоді та спорту вважають, що частина зовнішнього незалежного оцінювання випускників шкіл або ж окремих шкільних іспит повинні стосуватися медіаграмотності.

ЗНО – дуже потужний інструмент по формуванню навичок медіаграмотності у школах, вважає міністр культури, молоді та спорту України. Про це повідомив міністр культури, молоді та спорту Володимир Бородянський під час публічної дискусії «Свобода слова, захист журналістів та інформаційного простору України від дезінформації (маніпуляції та фейків)».

«Ідея є. Її ще зарано вголос проговорювати. Але ми вважаємо, що країна, яка знаходиться в епіцентрі такої потужної інформації війни, як наша, повинна займатися медіа грамотністю починаючи зі школи. І озвучу не обговорену поки що з Міністерством освіти сентенцію, тому це дуже-дуже наперед, але я вважаю, що частиною ЗНО або такого тесту, який є фінальним у школі, повинне бути розуміння людиною, як залишатись безпечним в інформаційному просторі», – заявив Володимир Бородянський [8].

Громадяни мають розуміти функції медіа та інших джерел інформації, критично оцінювати їх контент та приймати обґрунтовані рішення на підставі отриманої інформації.

Список літератури:

1. Лише 11 % українців змогли відрізнити фейки – дослідження. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/lishe_11_ukraintsiv_zmogli_vidrizniti_feyki_doslidzhennya/ (дата звернення: 16.11.19).
2. Закон України «Про освіту» від 5 вересня 2017 року № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 16.11.19).
3. «Медіаграмотність – це необхідне вміння для сучасної особистості», - Лілія Гриневич. URL: <https://www.auc.org.ua/novyna/mediagramotnist-ce-neobhidne-vmynnya-dlya-suchasnoyi-osobystosti-liliya-grynevych>. (дата звернення: 16.11.19).
4. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/l/. (дата звернення: 16.11.19).
5. «United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization». Офіційний сайт. URL: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/mil_five_laws_english.png (дата звернення: 16.11.19).
6. «United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization»: Офіційний сайт. URL: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> (дата звернення: 16.11.19).
7. Вивчай та розрізняй (L2D): медіаграмотність для школярів, «Всеосвіта». URL: <https://vseosvita.ua/news/vivcay-ta-rozriznaj-l2d-mediagramotnist-dla-skolariv-46.html> (дата звернення: 16.11.19).
8. Бородянський запропонував додати до ЗНО тест на медіаграмотність. URL: https://ms.detector.media/media_law/government/borodyanskiy_zaproponuvav_dodati_do_zno_test_na_mediagramotnist/ (дата звернення: 16.11.19).

**Dzholos O. V. MEDIA AND INFORMATION LITERACY IS THE KEY
TO THE SUCCESS OF THE DEVELOPMENT OF UKRAINE**

This article analyzes principles of media and information literacy proposed by UNESCO (Laws of Media and Information Literacy, MIL), as the combination of knowledge and skills that we need in the whole contemporary world.

Today the mankind lives in enormous information flow, every day and every hour a veritable storm of information comes in the people's life. Like it or not, but the information influences our behavior and our world view. We need to take great care when choosing a source of information as well as we choose food, clothing, and home appliances.

Mass media, the Internet, social media are the main source of information for ordinary citizens. It must be acknowledged, however, that not all the citizens can use mass media. It depends upon a country they live. There is a boom in the development of mass media, but we have a problem: the more we know, the less we understand. That is why the author assumes that the most important task for mass media is to find the way how to develop our civilization. The moral aspect is very important for mass media workers.

Today, the information is a powerful force in the hands of any government. The information in itself is raw material. That is why totalitarian states try to control mass media. They want to alter public perceptions and the behavior of large groups in society. This phenomenon of today's world is called a new type of propaganda, it uses psychological impact on the people. Regardless, the mass media must guarantee free access to information, its free circulation. It must exist as freedom of movement, free commerce, and perfect competition do.

Our society must have the real picture of situation that is why we must demand from media to adhere to professional rules and a code of ethics. It is equally important to train people to consume information consciously, to be media literate. The people must understand the functions of mass media and other sources of information, to assess the content critically and to make an informed decision in accordance with obtained information.

Key words: *information literacy, media literacy, to assess critically, communication, comprehension, use.*