

**Шуба А. В.**

Київський національний університет культури і мистецтв

## ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У ПОПУЛЯРНИХ ВИДАННЯХ (НА ПРИКЛАДІ ЩОДЕННОЇ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»)

*У статті досліджено висвітлення теми медіаграмотності на сторінках щоденної всеукраїнської газети «День», адже видання має активну позицію у сфері інтелектуального просвітництва суспільства.*

*Проаналізовано матеріали за такими критеріями: кількісне та жанрове представлення публікацій (аналітична стаття (зафіксовано 15), також виявлено такі жанри як: поширена замітка (5), репортаж (3) та інтерв'ю (4), їхня актуальність, активність кореспондентської мережі.*

*Досліджено, що медіаосвітню тематику газета «День» розкриває за допомогою різних жанрів, проте прослідковується мало публікацій – 27 (за 12 років). Більшість матеріалів проілюстровано за допомогою інфографіки, діаграм, світлин головних осіб тощо. Публікації з'являються циклічно, переважно, коли є інформаційний привід. Видання охоплює багато питань з досліджуваної теми, такі як: медіаграмотність в діяльності журналістів; медіаосвіта в навчальних закладах; державна політика щодо впровадження інформаційної грамотності; ресурси та ініціативи, які сприяють вкоріненню критичного мислення в українському суспільстві; закордонний досвід реалізації медіаграмотності в суспільстві; експертні думки. Тому можна стверджувати, що висвітлення медіаграмотності в даному виданні є багато-векторним.*

*Зазначено, що для того, щоб ефективно запроваджувати інформаційну грамотність в українське суспільство, повинен бути симбіоз між державною політикою в цій сфері та засобами масової інформації. Проте залучення у свою діяльність цієї тематики не є пріоритетним для популярних видань, які мають велику аудиторію. Складно зустріти матеріали цієї тематики на телебаченні, інтернет-ресурсах, друкованій пресі, загалом на ресурсах, які мають значну прихильність серед суспільства. Це є проблемою, адже саме ці ЗМІ ретранслюють щоденно події, які відбуваються, розкривають питання, які турбують населення, так би мовити, формують «порядок денний» інформаційного сьогодення. Переважно цю тематику на своїх ресурсах висвітлюють профільні видання, що не є дієвим.*

**Ключові слова:** інформаційна грамотність, медіаосвіта, газета «День», впровадження медіаграмотності, інформаційний простір.

**Постановка проблеми.** Наслідком швидкого розвитку технологічної епохи стало те, що інформація є одним з найголовніших засобів впливу на громадян. Сучасний інформаційний простір налічує велику кількість дезінформації, маніпуляції та неперевіреної інформації. Щоденно недоброчесні ЗМІ поширюють повідомлення такого типу. Це впливова «зброя», яка здатна посіяти паніку серед населення, спотворити реальну картину того, що відбувається насправді та привити власні погляди реципієнту.

В таких умовах медіаосвіта та медіаграмотність є невід'ємною частиною інформаційної культури особистості. Серед 10 базових навичок, якими мають оволодіти громадяни до 2025 року Світовий економічний форум зокрема виділяє

і медіаграмотність [17]. Тому наукове осмислення медіаграмотності є необхідною умовою для вироблення виваженої та ефективної стратегії впровадження культури медіаграмотності в українське суспільство.

Медіаграмотність є одним з найефективніших способів протистояти спотвореній інформації. Враховуючи факт війни росії в Україні, яка не обмежується полем бою, а й відбувається в інформаційній сфері, питання медіаграмотності має бути пріоритетним напрямком в державній інформаційній політиці нашої країни. Проте ця навичка поки не популярна серед українців. Згідно з дослідженням Індексу медіаграмотності, яку проводить щорічно організація «Детектор медіа» лише 8% українців мають високий показник медіагра-

мотності [4]. А відповідно до результатів дослідження організації USAID-Internews, яка реалізує «Медійну програму в Україні», лише 37% опитаних вважають дезінформацію актуальною проблемою [14].

Однією з причин повільного вкорінення медіаграмотності в українському суспільстві є фактично повне відсторонення від цієї проблематики популярних видань. Тема медіаграмотності на регулярній основі висвітлюється переважно в профільних виданнях типу Детектор Медіа, Без Брехні, Texty.org, По той бік новин. Натомість складно зустріти матеріали цієї тематики на телебаченні, інтернет-ресурсах, у друкованій пресі, загалом на ресурсах, які мають велику прихильність серед суспільства. Це є проблемою, адже саме ці ЗМІ ретранслюють щоденно події, які відбуваються, розкривають питання, які турбують населення, так би мовити, формують «порядок денний» інформаційного сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми медіаосвіти та медіаграмотності присвятили свої праці Потятиник Б., Онкович Г., Серебрянська І., Чемерис І., Баришполец О., Бойко С., Синчак Б., С. фон Файлітзен, Байнер К. та ін.

Варто виділити дослідницю Баришполец О., яка сформувала видання «Український словник медіакультури», у якому виклала тлумачення термінів, що з'явилися у зв'язку з глобалізаційними процесами в ході розвитку інформаційного суспільства. Зокрема, авторка подає тлумачення терміну медіаграмотності. Вона зазначає, що це сукупність мотивів, знань, навичок, умінь та можливостей, що сприяють сприйманню, добору, використанню, критичному аналізу медійної інформації, «прочитування» підтекстів і їх тлумачення. Також авторка наводить критерії медіаграмотності і виділяє три види: медіаактивність (свідоме споживання інформації), аналітичність (здатність оцінювати медіапродукцію, враховуючи соціальну реальність), селективність (свідомий відбір інформації, здатність розрізняти її на першорядну і другорядну) [2, с. 40].

Зазначимо, що перераховані вище автори у своїх дослідженнях фокусували увагу на термінології, поширенні інформаційної грамотності серед різних вікових категорій, роль медіаграмотності в інформаційній війні, дослідили закордонний досвід впровадження та окреслили кроки, які мають бути зроблені, щоб привити українському суспільству критичне сприйняття інформації. Однак у працях зазначених авторів не розгляда-

ється питання ролі самих ЗМІ у формуванні медіаграмотності особистості. Цю проблему тезисно описав Б. Синчак. Автор зазначив, що популярні видання не поспішають висвітлювати цю тематику. Впровадження її у свою діяльність не є для них пріоритетним [12, с. 143]. З огляду на це, вважаємо доцільним провести дослідження ретрансляції обраної теми у популярних виданнях на прикладі щоденної всеукраїнської газети «День».

**Постановка завдання.** Мета нашого дослідження – з'ясувати особливості висвітлення питання медіаграмотності та медіаосвітньої тематики на сторінках щоденної всеукраїнської газети «День».

**Виклад основного матеріалу.** Як зазначалося вище, наразі питання медіаграмотності активно висвітлюється переважно на профільних ресурсах. Треба визнати, що такий підхід не є ефективним. Про це свідчить дослідження організації USAID-Internews. Зокрема, відповідно до результатів – 70% опитаних не знають про такі ресурси [14]. Відтак, вважаємо, що доцільно прослідкувати тенденцію висвітлення медіаграмотності у популярному виданні. До розгляду взято саме щоденну всеукраїнську газету «День», адже це один з небагатьох прикладів якісної журналістики в Україні. Повномасштабне вторгнення росії в Україну стало причиною припинення виходу саме друкованої версії видання. 29 квітня 2022 року головна редакторка видання Лариса Івшина на своїй сторінці у Facebook повідомила про припинення виходу друкованої версії газети, зазначивши: «...Ми стояли надто гордо... 25 років» [5]. Нині видання функціонує лише у форматі сайту, де розміщуються новини, аналітичні матеріали та думки експертів.

Друкована версія газети мала тираж понад 40 тисяч екземплярів. Видання позиціонує себе як інтелектуальне, таке, що виробляє сенси, тому не обмежується висвітленням злободенних тем, а й активно впроваджує суспільно-культурні ініціативи. Однією з таких є власна бібліотека, у якій переважна більшість книг присвячені історії України та подіям новітньої української журналістики. Ще одним важливим проектом газети є Літня школа журналістики «Дня». Під час якої студенти на практиці засвоюють принципи якісної журналістики та розширюють свій світогляд. Загалом газета «День» має активну позицію у сфері інтелектуального просвітництва суспільства.

Провівши дослідження, можемо констатувати, що видання на своїх сторінках публікує матеріали, які стосуються медіаграмотності. Цю тему

автори газети вперше порушили у 2011 році, коли поняття «медіаграмотність» лише розпочинало функціонувати в інформаційному просторі України. На той час розкривали цю тему переважно медіакритичні видання. Загалом, під час дослідження від першого матеріалу, який датується 30 грудня 2011 роком до цього часу в газеті зафіксовано 27 матеріалів щодо журналістської освіти, які стосуються медіаграмотності.

На основі кількісного аналізу публікацій видання можна стверджувати, що найпопулярніший жанр, за допомогою якого автори висвітлюють досліджувану тему, лідирує аналітична стаття (зафіксовано 15), також виявлено такі жанри як: поширена замітка (5), репортаж (3) та інтерв'ю (4).

Слід виокремити домінуючу тематику матеріалів:

- медіаграмотність в діяльності журналістів;
- медіаосвіта в навчальних закладах;
- державна політика щодо впровадження медійної грамотності;
- ресурси та ініціативи, які сприяють вкоріненню медіаграмотності в українському суспільстві;
- закордонний досвід реалізації медіаграмотності в суспільстві;
- експертні думки.

Зауважимо, що більшість публікацій проілюстровано за допомогою інфографіки, діаграм, світлин головних осіб тощо. Варто відмитити фотоколажі, адже газета «День» має потужну сітку фотокорів. Варто додати, що видання у 1998 році заснувало міжнародний фотоконкурс для аматорів та професіоналів, метою якого є добір кращих світлин української фотожурналістики для подальшої популяризації.

Цікаво прослідкувати тенденцію змін тем у виданні. Спираючись на наше дослідження, констатуємо факт того, що перші матеріали, які стосувалися медіаграмотності, були спрямовані на працівників ЗМІ. Натомість для суспільства дана тематика була малопоширеною. Початковою метою цих матеріалів було надання журналістам практичних навичок щодо дотримання балансу думок та перевірки фактів.

Про важливість медіаосвіти в журналістиці зазначала в інтерв'ю виданню Наталія Лигачова, шеф-редакторка медіакритичного порталу «Детектор медіа» [13]. Головний посил базується на твердженні, що медіаграмотність та медіаосвіта важлива не лише для аудиторій, а, в першу чергу, необхідна журналістам, щоб вони тямали, що тримають в руках.

Варто зазначити про часовий проміжок між першою та другою публікацією на тему медіаграмотності, він складає – 5 років. Це свідчить про те, що питання медіаграмотності в українському суспільстві впроваджується повільними темпами.

Новий сплеск уваги до цієї тематики очевидно був спровокований початком агресії росії проти України в 2014 році. Про це свідчать матеріали Н. Іщенко: «В окопах «інформаційного фронту» [3], у якому авторка наводить «рецепти боротьби» з пропагандою, зокрема звертає увагу і на важливість впровадження заходів для підвищення медіаграмотності населення, розвиток критичного мислення з метою усвідомленого вибору інформації. Ще один матеріал журналістки «За що потрібно битися на медіабарикадах» [6, с. 28], де Н. Іщенко критикує наявність олігархічних кланів в українській журналістиці та зазначає, що за таких умов ми не можемо розраховувати на незалежну українську журналістику. Варто звернути увагу на доробки Д. Плахти, який у своїй статті «Чому варто бути медіаграмотним або як виробляти в собі інформаційну «імунну систему»» характеризує сучасну інформаційну добу і називає її ерою дезінформації. Журналіст стверджує: «Уникнути маніпуляції допоможе критичне мислення та медіаграмотність – ті два життєво необхідні навички сьогодення, яких українцям дуже бракує. Уміння критично мислити в повсякденному житті – визначальне у ХХІ столітті. Кожному необхідно виробляти в собі інформаційну «імунну систему»» [10].

Ще одним інформаційним приводом збільшення матеріалів з теми медіаграмотності стало схвалення 21 квітня 2016 року Президією національної академії педагогічних наук України оновленої редакції Концепції медіаосвіти в Україні (єдиний державний документ в цій галузі), на яку спирається впровадження медіаосвіти в Україні. Ця Концепція є важливим елементом модернізації освіти, що сприяє побудові екологічного інформаційного суспільства в країні. Мету цієї Концепції можна окреслити в декількох тезах: 1) сприяти розвитку ефективної системи медіаосвіти України. Ця система має стати основою для гуманітарної безпеки країни, розвитку та зміцнення громадянського суспільства; 2) комплексна підготовка дітей та молоді до безпечної та ефективної взаємодії з сучасними медіасистемами для протидії зовнішній інформаційній агресії; 3) генерувати у суспільства медіаграмотність та медіакультуру, враховуючи їхні вікові, індивідуальні та інші особливості. Також зазначається, що медіаосвіта

є фундаментальним елементом інформаційної безпеки країни та відіграє стратегічну роль у розвитку патріотизму молоді та формуванні української ідентичності. Концепцією передбачено три етапи реалізації: 1) експериментальний (розробка навчальних програм для педагогів, проведення всеукраїнського експерименту з упровадження медіаосвіти в обраних навчальних закладах); 2) стандартизація вимог (підготовка інформаційно-методичних матеріалів, програмного інформаційно-комунікаційного забезпечення, інформаційних баз шкільних бібліотек, запровадження інтегрованої медіаосвіти в початковій та основній школі, факультативних медіаосвітніх курсів, активізація роботи шкільних медіаосвітніх студій різного профілю, гурткової роботи); 3) завершення масового впровадження (уведення медіаосвітньої складової у навчальні програми вищої школи з гуманітарної підготовки фахівців усіх профілів) [9].

Ця тема знайшла відображення на сторінках газети «День». До прикладу, замітка «МОН: Курси з медіаграмотності можуть увійти в базові освітні програми» (2021), у якій коротко анонсується ініціатива впровадження курсу медіаграмотності для школярів. Ще один матеріал цього тематичного ряду «Медіаосвіта»: для студентів та учнів [1, с. 28], де автор розповідає про відкриття клубу «Медіаосвіта» на базі Херсонського державного університету, у якому навчатимуть бути активним учасником медіасередовища, усвідомлено обирати інформацію та критично мислити.

Більш предметно впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в українських школах описано в репортажі Д. Дроздовського, головного редактора журналу «Всесвіт» з фінального етапу Всеукраїнського конкурсу учитель року, який відбувався у місті Рівне (що свідчить про орієнтованість газети не лише на адміністративні центри, а й крайові території) [15]. Поміж опису самої події автор зазначає і про застосування методів навчання учнів медіаграмотності. Зокрема, автор просуває думку про те, що важливо виховувати ціннісне ставлення до реальності цифрових медіа. Тому, до прикладу, медіаграмотність на уроках української мови включає в себе роботу учнів з медіатекстами, таким чином вони навчаються розрізняти якісні та спалювані медіаповідомлення. У такий спосіб, хоча б частково запобігається проблема, яка пов'язана з низькою медіаграмотністю серед молодого покоління. В учнів підсвідомо випрацьовується звичка не губитися в інформаційному потоці та аналізувати медіа-

тексти, надаючи перевагу критичному мисленню, а не емоціям.

Цікаво простежити активність журналістів у висвітленні цього питання. Згідно нашого дослідження, лівову частку матеріалів, які стосуються медіаосвіти чи медіаграмотності належить журналістці Н. Іщенко. Загалом серед опрацьованих матеріалів їй належить 10. Авторка є фахівцем з питань медіа та міжнародної тематики. У 2017 році Н. Іщенко стала лауреатом Премії Джеймса Мейса за громадську позицію в журналістиці. Цією нагородою відзначають авторів-публіцистів, така ініціатива була запроваджена головною редакторкою газети «День» Л. Івшиною.

У своїх публікаціях авторка висвітлює зазначену тематику, зокрема аналізує заходи, які впроваджують Європейські країни, для того, щоб протистояти інформаційному впливу росії.

Н. Іщенко порушує також питання освіченості суспільства і аналізує, яким чином це пов'язано зі здатністю особистості критично сприймати інформацію. Зокрема, прослідковуємо цю тему в двох публікаціях. Цінним є доробок журналістки «Факти проти думок» [16], де авторка описує результати дослідження Pew Research Center з Вашингтона, акцентуючи увагу на умінні громадян вирізняти факти серед думок. Вагомим є висновок авторки, який вона зробила, спираючись на результати цього дослідження. Відтак Н. Іщенко наголошує, що жителі розвинутих країн є більш медіаграмотними. Авторка пов'язує це з тим, що загальний розвиток людей там кращий і, що звичайне «підтягування» медіаграмотності є малоефективним. Тому українські медіафахівці мають наполегливо працювати в цьому напрямі. У матеріалі «Злидарі на інформаційних звалищах» [7, с. 28] журналістка аналізує дослідження «Індекс медіаграмотності», яке проводить Детектор медіа. І найголовніший висновок, який вона робить з нього – чим менше освічена людина, тим нижчий рівень її медіаграмотності. Авторка констатує: «Висновки з цього дослідження є дуже простими і чіткими — щоб там не писали медіаексперти та не рекомендували західні донори. Бідність та неосвіченість породжує безкультура та вразливість до фейків і маніпуляцій».

Варто зазначити, що думка автора надзвичайно слушна і, якщо брати до уваги способи маніпуляції свідомістю, про які писав американський лінгвіст та філософ Н. Хомський [11], один зі способів спонукати маси – захоплюватися посередністю. Цю думку в голову вбивають ЗМІ, заповнюючи

ефірну сітку вульгарними новинами про «зірок», тупими жартами та жовтою пресою.

Доцільно нарешті почати виводити з тіні матеріали на освітню, культурну, історичну тематики. Тоді можемо досягнути рівня медіаграмотності населення Європейських країн. Поки ж це залишається «сізифовою працею».

**Висновки.** Проведене дослідження медіаосвітнього контенту на сторінках газети «День» дає змогу стверджувати, що обрана тематика не є пріоритетною для видання. За досліджуваний період (12 років) прослідковується мало публікацій – 27. Вони з'являються циклічно, переважно, коли з'являється інформаційний привід.

З'ясовано, що інформаційну грамотність та медіаосвітню тематику газета «День» розкриває за допомогою різних жанрів. Варто відзначити наявність репортажу та інтерв'ю, які не часто використовують ЗМІ, адже націлені на швидкість передачі інформації. Цей факт підтверджує те, що газета «День» намагається працювати переважно

в аналітичному полі і відповідати своїй аудиторії на більше запитань, ніж Що? Де? Коли? Видання зачіпає багато питань з досліджуваної теми: медіаграмотність в діяльності журналістів; медіаосвіта в закладах освіти; державна політика щодо впровадження інформаційної грамотності; ресурси та ініціативи, які сприяють вкоріненню медіаграмотності в українському суспільстві; закордонний досвід її реалізації в суспільстві; експертні думки. Тому вважаємо, що висвітлення теми в даному випадку є багатовекторним. Більшість публікацій проілюстровано за допомогою інфографіки, діаграм, світлин головних осіб тощо. Окремо варто відзначити фотоколажі. Над темою медіаграмотності працює лише 1–2 авторів, що свідчить про недостатню кількість фахівців у цій галузі.

Перспективи подальших досліджень доречно пов'язувати з моніторингом медіаосвітньої тематики в інших популярних виданнях задля пошуку методів подачі для покращення її розуміння суспільством.

#### Список літератури:

1. Антипенко І. «Медіаосвіта»: для студентів та учнів. День (п'ятниця). 2021. 26–27 лют. С. 28.
2. Боришполець О. Український словник медіакультури. Київ : Міленіум, 2014. 196 с.
3. В окопах «інформаційного фронту». Газета «День». URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/v-okopakh-informatsiynoho-frontu> (дата звернення: 14.02.2023).
4. ГО «Детектор медіа». Індекс медіаграмотності українців (ДОСЛІДЖЕННЯ). detector.media. URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-doslidzhennya/> (дата звернення: 10.02.2023).
5. Івшина Л. ...ми стояли надто гордо...25 років. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/laryssaivshyna/posts/pfbid0f3iUB65F5CN2niQFdKw1rGmUJt4s8sw9GdztH153ZwJaau9aNEWmv6CSxKr2QhtY1> (дата звернення: 10.03.2023).
6. Іщенко Н. За що треба битися на медіабарикадах. День. 2017. 23 серп. С. 28.
7. Іщенко Н. Злидарі на інформаційних звалищах. День. 2021. 2 квіт. С. 28.
8. МОН: Курси з медіаграмотності можуть увійти в базові освітні програми. Газета «День». URL: <https://day.kyiv.ua/uk/news/120321-mon-kursy-z-mediagramotnosti-mozhut-uvity-v-bazovi-osvitni-programy> (дата звернення: 10.02.2023).
9. Найдьонова Л., Слюсаревський М. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). Київ, 2016. 16 с.
10. Плахта Д. Чому важливо бути медіаграмотним. Газета «День». URL: <https://day.kyiv.ua/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-buty-mediagramotnym> (дата звернення: 04.02.2023).
11. Прилипко О. Ноам ХОМСЬКИЙ: 10 способів промивання мізків. Газета «День». URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/noam-khomskyy-10-sposobiv-promyvannya-mizkiv> (дата звернення: 01.02.2022).
12. Синчак Б. Тенденційне підвищення рівня медіаграмотності як результат збільшення запитів на якісну інформацію. Український інформаційний простір., 2022. № (1(9)). С. 143.
13. Скуба В. Що «нагіє»? Газета «День». URL: <https://day.kyiv.ua/article/media/shcho-nahriye> (дата звернення: 02.03.2023)
14. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlenia-ta-dovira-2022.pdf?fbclid=IwAR3HW8VIA0k-9KvpxWnNG50MDFx7vVbqnX-xnTkWtseT7WzxeHr4j67Gbs> (дата звернення: 02.02.2023)
15. Учителю як homo creator. Газета «День». URL: <https://day.kyiv.ua/blog/suspilstvo/uchytel-yak-homo-creator> (дата звернення: 01.03.2023)
16. Факти проти думок. Газета «День». URL: <https://m.day.kyiv.ua/article/media/fakty-proty-dumok> (дата звернення: 06.03.2023).

17. These are the top 10 job skills of tomorrow – and how long it takes to learn them. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them> (дата звернення: 27.01.2023).

**Shuba A. V. PECULIARITIES OF MEDIA LITERACY COVERAGE IN POPULAR PUBLICATIONS (ON THE EXAMPLE OF THE ALL-UKRAINIAN DAILY NEWSPAPER “THE DAY”)**

*The article examines the coverage of the media literacy topic in the pages of the all-Ukrainian daily newspaper “Den” (“The Day”) since the publication has an active position in the field of intellectual enlightenment of society.*

*The materials were analysed according to the following criteria: quantitative and genre representation of publications (analytical article (15 recorded), also identified such genres as a general note (5), reportage (3), and interview (4), their relevance, the activity of the correspondent network.*

*The article shows that the newspaper “Den” (“The Day”) reveals media education topics through various genres, but there are few publications – 27 (over 12 years). Most of the materials are illustrated with infographics, diagrams, photographs of key figures, etc. Publications appear on a cyclical basis, mainly when there is a newsworthy event. The publication covers many issues related to the topic under study, such as media literacy in the work of journalists; media education in educational institutions; state policy on the introduction of information literacy; resources and initiatives that promote critical thinking in Ukrainian society; foreign experience in implementing media literacy in society; expert opinions. Therefore, it can be argued that the coverage of media literacy in this publication is multi-dimensional.*

*It is noted that to effectively introduce information literacy into Ukrainian society, there should be a symbiosis between the state policy in this area and the media. However, the involvement of this topic in their activities is not a priority for popular publications with a large audience. It is difficult to find materials on this topic on television, online resources, and print media, in general, on resources that have a significant following among the public. This is a problem because it is these media outlets that relay daily events, reveal issues of concern to the population, and, so to speak, form the “agenda” of today’s information. Mostly, these topics are covered in their resources by specialised publications, which is not effective.*

**Key words:** *information literacy, media education, newspaper “Den” (“The Day”), introduction of media literacy, information space.*