

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ПОНЯТТЯ «МЕДІЙНА ТА ІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ»

HISTORICAL REASONS FOR APPEARANCE AND DEVELOPMENT OF THE TERM “MEDIA AND INFORMATIONAL LITERACY”

Стаття присвячена дослідженню історичних передумов, що спричинили формування поняття «медійна грамотність». Це поняття, розширене у сучасному глобалізованому світі до терміну «медійна та інформаційна грамотність», має багато різноманітних визначень та трактувань, які множились із розвитком інформаційних технологій. Звичайно, аналіз будь-якої інформації, що її розповсюджували в минулому та поширюють сьогодні будь-якими методами і засобами, повинен був призвести до висновків про необхідність навчання навичок цього аналізу. Потреба в аналізі інформації повстала одночасно із появою друкарського пресу, але в зв'язку із малою кількістю друкованої продукції її не можна було вважати засобом масової інформації. Наприкінці XIX століття медійне середовище створювали усе ще лише газети, а їхній зміст не викликав упереджень чи побоювань через наявність цензури та відсутність елементарної грамотності у більшості населення. Аналіз літературних джерел показав, що в період виникнення кіно, яке значно розширило можливості розповсюдження інформації, виникли й перші спроби проаналізувати вплив кінофільмів на глядачів та навчити глядачів аналізувати інформацію на екрані. Надалі повстала низка концепцій медійної грамотності та комунікаційних моделей, які розвивалися паралельно із розвитком технологій. Медійне середовище стало об'єктом досліджень, і думки про природу впливу медійного простору на споживачів розділилися. Частина вчених вважала, що цей вплив був руйнівним, інші стверджували, що медійний простір мав бути навчальним та спонукати споживачів до критичного аналізу отриманої інформації. Отже, дослідження історії медійного простору та необхідності медійної грамотності як його наслідку є надзвичайно актуальним та потрібним для втілення дисципліни «медійна грамотність» у навчальні програми сучасних ЗВО.

Ключові слова: медійний простір, медійна грамотність, медійна екологія, комунікаційні моделі, вплив медійного середовища, ретроспектива.

The paper is devoted to the investigations of historical prerequisites, which caused forming the “media literacy” notion. This term developed in the modern globalized world to the term “media and informational literacy” has many different definitions and descriptions, their number being multiplied with the development of information technologies. It is obvious that the analysis of any information spread in the past and being distributed nowadays by any means and facilities had to inspire the conclusions that the training of such skills is necessary. The need to analyze the information occurred together with the invention of a printing press, but due to small amounts of printed products it could not be considered to be mass media. Even at the end of 19th century media environment consisted mainly of newspapers, and their content did not initiate bias or prejudice due to the presence of censorship and scarcity of literacy. The analysis of literature sources showed that at the time of film nascency, which considerably widened the possibilities of distributing information, the first attempts of considering the influence of films on the audience and teaching them how to analyze the messages on the screen. Then, a number of communication models were created, occurring with the technology development. Media environment became the object of investigations, and the opinions on the nature of the effect of media environment on its consumers differed. Some scholars thought it to be destructive, others claimed that media space should be teaching and made consumers analyze critically the information obtained. Therefore, the investigations of the history of media environment and the necessity of media literacy as its effect are topical and essential for the introduction of the discipline “media literacy” into curricula of modern universities.

Key words: media environment, media literacy, communication models, media ecology, effect of media environment, retrospective review.

УДК 378.1:004.77
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2022/53.1.4>

Фучила О.М.,
канд. пед. наук,
доцент кафедри іноземних мов
Національного університету
«Львівська політехніка»

Постановка проблеми у загальному вигляді. Медійна грамотність – нова галузь знань сучасного світу – це, з одного боку, символічне вміння, а з другого – цілком прагматичне. Воно містить в собі як розуміння мов спілкування, так і практику їхнього використання, що передбачає щонайменше дві дисципліни: семіотику та прагматичні медіа, які в свою чергу, можна узагальнити до поняття теорії комунікацій.

Медійна грамотність, критична медійна грамотність, медійна та інформаційна грамотність, цифрова та медійна грамотність, кіно-грамотність, екранна грамотність тощо – всі ці теми, або ж терміни, базуються на розумінні того

факту, що медійно-розвинуті суспільства потребують медійно-освічених громадян. Термін «грамотність» нерідко вживають як синонім слова «освіта» – медійна освіта, освіта медійної грамотності, кіно-освіта тощо. Але хоча з часом ці поняття злилися у термін «медійна та інформаційна грамотність» (далі – МІГ), в науковій літературі усе ще можна зустріти різноманіття авторських термінів та понять.

Однак, до сучасного розуміння важливості та необхідності знань про структуру та суть медійного простору людство йшло близько ста років, паралельно із розвитком технологій, розширенням доступності та формуванням сучасної аудиторії,

тобто спільноти споживачів медійного простору. Пізнання процесу цього історичного розвитку має допомогти усвідомленню сучасного стану медійних засобів, а також усвідомити необхідність розвитку медійної грамотності у нашій країні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження виникнення та розвитку медійної грамотності та, відповідно, медійної освіти, проводили вчені різних країн світу, оскільки ця тема є глобальною, та проблеми розуміння медійного простору та його природи турбують представників наукових спільнот усіх країн світу. Зокрема, такі організації як ЮНЕСКО, а також науковці Д. Бакінгем, Г. Бергер, С. Булфін, Р. Гобс, А. Грізл, С. Гудмен, У. Карлссон, Ф. Нахсер, І. Снайдер, А. Шріффіні тощо, та українські науковці Н. Войтко, Г. Онкович, В. Робак, І. Сахневич та інші досліджували роль медійної грамотності у формуванні сучасного кібер-суспільства та методів та способів її втілення у освітній процес. Однак, для повноцінного і успішного використання досвіду інших країн потрібно знати також, як виникали різні теорії щодо медійних засобів та їхнього впливу на людей, а також як історія розвитку медійних засобів співпадала та впливала на розвиток тенденцій медійної освіти.

Мета статті. Виявити історичні передумови виникнення та розвитку медійної грамотності та їхній вплив на формування сучасних поглядів на медійну освіту паралельно із розвитком технічних засобів медіа-простору.

Виклад основного матеріалу. До 2004 р. ЮНЕСКО визначала грамотність як «здатність ідентифікувати, розуміти, інтерпретувати, створювати, повідомляти та обчислювати, використовуючи письмові та друковані (та візуальні) матеріали, що асоціюються із різноманітними контекстами. Грамотність включає континуум навчання для надання можливості особам досягати їхні цілі, розвивати їхні знання та потенціал та повною мірою брати участь в діяльності суспільства» [10, с. 13]. ЮНЕСКО також підкреслює мету універсальної грамотності під гаслом «Грамотність як свобода», вбачаючи в ній відповідь на «останні економічні, політичні та соціальні перетворення, включаючи глобалізацію, та зростання рівня інформаційних та комунікаційних технологій, визнаючи в той же час, що існує багато видів практичного застосування грамотності вбудованої в різні культурні процеси, особистісні обставини та колективні структури» [10, с. 6).

Існує декілька причин для того, щоб подивитись в минуле. В минулому є багато того, що може підсилювати та керувати поточною та майбутньою роботою у галузі медійної грамотності. Ретроспектива може запропонувати нові перспективи та краще розуміння розвитку та розробок ЗМІ, в технологіях та в навчанні і освіті, а також

різноманітність розвитку соціальних змін. Що важливо, це допомагає людині зрозуміти, як політичні, економічні, соціальні, культурні та технічні контексти взаємодіяли із різними науковими школами, як це відобразилося на значеннях, приписаних до концепцій у різні періоди – та чому технічні інновації запустили механізм такого потужного впливу. Таким чином, обізнаність із минулими розробками забезпечує основу для обмірковування сучасних концепцій медійної та інформаційної грамотності (МІГ) та того, якою вона буде через певний проміжок часу [3, 4].

Вплив медійних засобів на їхніх користувачів – громадян – обговорювали постійно на протязі століть, та декілька теорій виникло з цього приводу. Грецький філософ Платон був одним із перших, хто обговорював різницю між правдивою та хибною риторикою, перше базуючи на діалектиці (обмін протилежними думками), натомість останнє – вважаючи суб'єктивними стратегічними вправами, розробленими, щоб переконати опонента. З появою лібералізму в XVII столітті про медійні засоби того часу почали дискутувати, концентруючись на балансі між повагою до прав особистості та вкладом інформаційних засобів до позитивного соціального розвитку. В 1644 р. в Аеропагітіці, доповіді, проголошеній перед Парламентом Англії, Джон Мільтон із запалом пропагував свободу неліцензованого друку.

Навчання, аргументував Мільтон, було шляхом до свободи висловлювань і громадянського духу та участі у громадському житті. Він також висловив упевненість, що читання «поганих» текстів не зіпсує читача, але надасть йому здатність розрізнити правду та брехню, добро та зло, – точка зору, що набуде нового змісту у майбутньому, коли медійні засоби перетворяться на засоби масової інформації. Надалі, розвиток друкарських технологій, поширення грамотності та збільшення вільного часу в широких верствах населення призвели до фундаментальних зсувів у історії сучасних медійних засобів. Без сумніву, ЗМІ відкрили нові перспективи для публічних дискусій про умови, в яких ЗМІ працюють, та роль, яку вони відіграють у суспільстві. Такий самий процес відбувся знову у відповідь на появу цифрових технологій та штучного інтелекту [7].

З'явилися нові питання та дилеми. Вони є одночасно темами для дискусії та об'єктами дослідження. У сфері наукових досліджень, вивчення медійних засобів охопило певні дисципліни. З часом вони еволюціонували у повноцінні напрямки навчання. Потребу у медійно-грамотних громадянах відкрито висловили у 20-х та 30-х роках у медійному просторі, що складався на той час із газет, журналів, радіо, книг та кіно. Віра у те, що ЗМІ суттєво впливають на широку публіку, була надзвичайно сильною, вона базувалася на

тодішніх соціальних психологічних теоріях, кожна з яких розвивалася у власному соціальному контексті, і кожна з яких мала власну оцінку медійної грамотності як концепції, як сфери знань та як педагогічного виклику [9].

У грубому наближенні, можна виділити чотири комунікаційні моделі [5, 8]. Перша з них – «магічна куля» – була відображенням біхейвіоризму: прямий стимул – пряма реакція. Люди вразливі щодо впливу медійних засобів та меседжів та пасивні, тобто у фокусі – зміст медійних повідомлень, та основне питання: «Як медійні засоби впливають на людей?». Друга модель (1930/40 р.р.) – «використання та вдячність» – відповідала на питання «Чому та з якою метою люди користуються ЗМІ?». Вона висловлювала припущення, що аудиторія має владу над ЗМІ та їхнім споживанням, та відіграє активну роль у інтерпретації медійних повідомлень та інтеграції ЗМІ у своє життя. У фокусі цієї моделі – аудиторія (споживачі).

В 50-х роках ХХ століття виникла третя модель – «медійна екологія». Вона включала дослідження медійних середовищ: їхню структуру, зміст та вплив на споживачів. Вона намагалася з'ясувати, які ролі медійні засоби змушують грати споживачів, як ЗМІ структурують те, що подають споживачам, чому вони змушують споживача відчувати та діяти саме так, а не інакше. Вона сфокусувалася на ствердженні «Середовище – це повідомлення».

У 60-х роках ХХ століття повстала четверта модель – «культурні студії». Вона критично вивчала зв'язки між культурою, медійними засобами та суспільством. У фокусі цієї моделі з'явилися дослідження медійних засобів як організацій (інституцій), текстів та систем представлення, дослідження політичного, соціального та культурного впливу в щоденному житті та публічній сфері; представлення та реальність.

Не варто, однак, вважати, що ці різні поняття з'являлися по черзі, одне за одним. Межі їхнього прояву розмиті. Деякі з них існували декілька десятиріч, а пізніше розвинулись у нових напрямках, але історія медійного простору та медійної освіти розпочалась на переломі ХІХ століття, коли грамотність розповсюдилась, та газети та книги стали більш широко доступними. До 20-х років термін ЗМІ вже вживали в усьому світі. Радіомовлення та кіно невдовзі увійшли в це поняття та розширили його, та після 2 світової війни додали телебачення та відео. «Рухомі картини» та розповсюдження кіно спричинили потребу у новій освіті та нових дослідженнях. Першим поштовхом було захоплення світом кіно та його потенціалом, та фільм почали використовувати як допоміжний засіб у навчанні, в тому числі для розвитку критичного аналізу. У 1933 році була опублікована праця «Кіно та молодь: як захоплюватись рухомими

картинами. Посібник з критики рухомих картин», що її приготували для учнів вищої школи [2].

Автором праці був Едгар Дейл, американський освітянин, якого вважали дуже прогресивним за його ідеї про навчання через досвід та відчуття. За нею у 30-ті роки з'явилися численні публікації та навчальні матеріали з кіно-освіти. В той момент важливість навчання критичному аналізу новин та реклами у газетах, журналах та радіо – часто у контексті пропаганди – була визнана у зв'язку з іноваційними дослідженнями медійних засобів та формуванню громадської думки. Підручники та матеріал для такої освіти також було створено. «Ці уроки допомогли учням ідентифікувати методи навчання та заохочували їх аналізувати власну упередженість» [6].

У Великій Британії реакція була дещо іншою. Так званий «Звіт Спенса» 1938 р. стосовно початкової освіти критикував мелійні засоби як «руйнівний вплив», порівнюючи його до зараження. Він стверджував, що необхідно застосовувати «щеплення» проти такого зараження. Отже, освіта мала би переконати людей в тому, що популярна (масова) культура була по суті своєю деструктивною, тобто, – загрозою для високої культури. Медійна освіта в аудиторії повинна була стати «захистом від шкоди» [1, с. 4]. Навчальні програми, зосереджені на супротиві медійному впливу, переважали протягом 50-х років ХХ століття. Цей рух знайшов підтримку у більшості країн; в деяких він триває і дотепер.

Світ пережив відчутні зміни після Другої Світової війни. Боротьба колишніх колоній за незалежність та Холодна Війна переважали у 50-х та 60-х роках ХХ століття, тоді як західні економіки переживали історичний бум. Віра в силу технології та політична інженерія були віртуально безсумнівні. 70-ті роки, однак, пережили широку критику «системи», експерименти із альтернативними моделями соціальної організації – та початок економічного спаду. Хвиля лівого руху пройшла Західним світом, та нації у південній півкулі почали вимагати як нового економічного порядку, так і нової світової інформаційної мережі та порядку повідомлення новин (new world information and communication order, NWICO). ЗМІ були у фокусі в усьому світі з декількох причин. З одного боку, існували побоювання, що нові технології, зокрема, супутники зв'язку, розширять прірву між північними та південними країнами.

З другого боку, медійні засоби відігравали центральну роль у національному русі. Цей розвиток, звичайно, покликав до життя різноманітні конференції, книги, звіти, статті та наукові статті з медійної грамотності, яку аналізували та висвітлювали з різних перспектив: від ідеологічних та соціальних змін до настанов щодо викладання про медійні засоби. Великий обсяг реклами, що його

демонструвало телебачення, викликав широке обговорення щодо можливого впливу на глядачів (зокрема, на дітей) та щодо суцільної комерціалізації медійних засобів. Розважальні програми спричиняли збільшення оплат від глядачів з розповсюдженням супутникових та кабельних медійних послуг та відеозаписів [7].

У цьому контексті медійну грамотність розуміли як критичну практику активного громадянства та ставили її поруч її правами людини та громадянською відповідальністю. У цей період виникла певна кількість наукових напрямків, які розглядали різні соціальні та політичні контексти у різних частинах політичного спектру. Ідеї щодо медійної грамотності також розвивалися, та одним із контроверсійних питань було чи медійна грамотність має політичний або ідеологічний контекст.

Знову з'являються побоювання аналогічні викладеним у Звіті Спенса, хоча і в новій фразеології. У той же час, інноваційні програми для дітей створюють у багатьох країнах північної півкулі. Іншою домінуючою темою того часу є важливість розвитку критичного мислення про медійні засоби з політичної, етичної та педагогічної точки зору.

Висновки. Дві основні думки виникли по відношенню до ранніх концепцій медійної аудиторії. Одна розглядає споживачів медійних засобів як вразливих та пасивних, друга – бачить їх творчими та владними. По відношенню до медійної грамотності, відповідні погляди вбачають в першому випадку «щеплення» споживачів проти «поганих» медійних меседжів чи зображень або їхній захист від шкідливого медійного контенту; в другому випадку – засобом впливу є знання про медійні системи, критичне мислення та навички. Питання щодо медійної грамотності виникали у представників наукової спільноти (когнітивні навички), але одночасно і серед споживачів. Вчителі і викладачі в деяких країнах формували рухи, що були доволі

успішними, особливо у період 1960 – 1990 р.р., та фокусувалися в основному на навчанні викладацького складу. Різні науковці та наукові школи розробили впливові концепції щодо медійної грамотності у різні історичні періоди.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Bulger M., Davison P. The Promises, Challenges and Futures of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 2018. 10(1). P.1–21.
2. Dale E. How to appreciate motion pictures. New York: Macmillan, 1933. 243 p.
3. Grizzle A. Assessing Citizens' Responses to Media and Information Literacy Competencies Through an Online Course: An Empirical Study and Critical Comparative Analysis of Experts' Views. Doctoral Dissertation. Tesis Doctorals en Xarxa (TDX). Autonomous University of Barcelona, 2018. 894 p.
4. Hobbs, R. Historical Roots of Media Literacy. In: R. Hobbs (ed.) *Exploring the Roots of Digital and Media Literacy through Personal Narrative*. Philadelphia: Temple University Press, 2016. P. 9–36.
5. Hobbs R., Jensen A. The Past, Present, and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education*, 2009. (1). P.1–11.
6. Hobbs R. Media and Meaning-Making in the Fake News Age. Project Information Literacy Smart (PIL). Interview by A. Head and M. MacMillan, 2018. Retrieved from <https://www.projectinfolit.org/ree-hobbs-smart-talk.html>
7. Jolls T., Wilson C. The Core Concepts: Fundamental to Media Literacy Yesterday, Today and Tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*, 2014. 6(2). P.68–78.
8. Potter W.J. *Media Literacy*. Sage: Los Angeles, 2016. 938 p.
9. Scolari, C.A. Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. *Communication Theory*, 2012. 22. P.204–225.
10. UNESCO. The Plurality of literacy and its implications for policies and programmes: position paper. UNESCO: Paris, 2004. 32 p.