

## НАВЧАННЯ МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ КРИТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ

### STUDYING OF MEDIA LITERACY AS A TOOL FOR THE CRITICAL USE OF MEDIA ENVIRONMENT

Стаття присвячена дослідженню впливу сучасного медійного простору на життя та громадянську інклюзивність людини в епоху стрімкого розповсюдження інтернету та цифрового інформаційного простору та необхідності у його вивченні в рамках програм медійної грамотності. В Декларації про права людини право на свободу слова є одним із ключових. Цифровий медійний простір, або медійне середовище надають кожному жителю нашої планети таке теоретичне право. На практиці потрібно усвідомлювати, що існує конфлікт між правами людини в суспільстві і законодавством, яке ці права обмежує. Громадянин будь-якої країни не може діяти на шкоду іншим громадянам, і це означає, що медійний простір не повинен надавати інформацію, яка хоча би теоретично може зашкодити його користувачам. З іншого боку, будь-який користувач інформаційного простору повинен бути озброєний знаннями, потрібними для оцінювання релевантності представленої інформації та джерел, які її публікують. Надання таких знань – прерогатива медійної грамотності.

Іншою проблемою сучасного медійного простору є комерціалізація ЗМІ та зосередження значних обсягів інтернету та соціальних мереж в поодиноких власників. Це призводить до збільшення рекламного контенту та безкарності стосовно змісту публікацій, які, безумовно, задовольняють право на свободу слова, але нерідко порушують чинне законодавство. Для стимулювання критичного мислення споживачів, серед яких значною частиною є молодь, що використовує медійний простір в тому числі і для навчання, варто впроваджувати курси медійної грамотності у програми ЗВО, або ж включати бесіди відповідного змісту у будь які дисципліни, застерігаючи користувачів від бездумного використання непевної інформації. Знання економіки та принципів функціонування ЗМІ будь якої природи, що їх надає медійна грамотність, допоможуть у цих складних завданнях.

**Ключові слова:** медійний простір, медійна грамотність, права людини, комерціалізація

ЗМІ, вплив медійного середовища, критичне мислення.

The paper is devoted to the investigation of the influence of modern media environment on the life and citizenship inclusion in the era of rapid spread of the internet and digital informational space and the necessity of its studying in the frame of media literacy curricula. In the Declaration of Human Rights, the right to freedom of expression is the key one. Digital media environment gives such an opportunity to every human being of our planet such a theoretical right. In practice, it is necessary to realize the existence of a conflict between the rights of humans in society and the law limiting these rights. The citizen of any country must not act to do harm to other citizens. It means that media should not provide information, which at least theoretically can harm their consumers. On the other hand, any user of informational environment should have knowledge for evaluation the relevance of provided information and the sources publishing it. Providing such knowledge is the prerogative of media literacy.

The other problem of the modern media environment is media commercialization and great amounts of media resources under the ownership of single persons. It causes the increase of advertisement context and impunity in the field of publication content which, no doubt, ensure fulfilling of human rights, but sometimes violate existing legislation. For stimulating consumers' critical thinking, a significant part of which are young people using media for their studies, courses of media literacy should be provided in the syllabi of higher educational establishments, or proper talks should be included into any disciplines for warning media users against the reckless use of unverified information. Knowledge about the principles of functioning of any media provided by media literacy will facilitate solving these issues.

**Key words:** media environment, media literacy, human rights, media commercialization, media influence, critical thinking.

УДК 378.011.22:004.77

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2023/63.1.4>

**Фучила О.М.,**

канд. пед. наук,

доцент кафедри іноземних мов

Національного університету «Львівська політехніка»

#### Постановка проблеми у загальному вигляді.

Суспільство змінюється, але певні демократичні принципи залишаються постійними. Серед них – право на свободу слова та власну думку; це право включає свободу мати власну думку, шукати, отримувати та розповсюджувати інформацію та ідеї за допомогою будь-яких медійних засобів та незалежно від кордонів, як проголошено у Статті 19 Декларації про права людини. Свобода слова передбачає повагу до універсального права на спілкування.

Сьогодні, після декількох десятиліть поширення доступу до інтернету та зародження соціальних

мереж та смартфонів, можна декларувати появу нової медійної структури. Різноманіття платформ та послуг доступних в інтернеті відкрило надзвичайні можливості – щонайменше, надії на підвищення заангажованості громадян у суспільне життя та демократичну участь у ньому. Однак, певні дилеми також виникли. Постійне зростання комерціалізації та медійної конвергенції змінило системи по відношенню до часу та простору та, відповідно, шаблони соціальної поведінки. Іншими словами, виникла нова медійна екологія, тобто, співвідношення щоденного життя громадян та впливу на нього взаємодії інформаційних

та комунікаційних технологій та медійних засобів у культурній, соціальній та політичній системах.

Складність сучасного суспільства вимагає освічених, критичних громадян, озброєних відповідними навичками, у багатьох різних сферах. Деякі з таких знань та навичок відносяться до медійної та комунікативної культури. Медійна та інформаційна грамотність (МІГ) займає належне їй місце поруч з іншими потребами активного громадянства.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Дослідження впливу сучасної медійної екології на життя та громадянську інклюзію людини, роль медійної грамотності та, відповідно, медійної освіти у цьому процесі проводили вчені різних країн світу, оскільки ця тема є актуальною в світі неперервного розвитку технологій, та проблеми розуміння медійного простору та його природи привертає увагу науковців усіх країн світу. Зокрема, такі організації, як ЮНЕСКО, та науковці Е. Боздаг, С. Бредшоу, Р. Гобс, А. Грізл, Р. Макчесні, Дж. Мердок, У. Родрігес, Дж. Стромбак, А. Шріффін тощо, та українські науковці Н. Войтко, Г. Онкович, В. Робак, І. Сахневич та інші досліджували медійну грамотність як інструмент формування свідомого громадянина сучасного суспільства та можливості її втілення в освітній процес ВНЗ. Однак, для повноцінного використання досвіду країн, в яких таку роботу проводять вже декілька десятиліть, потрібно проаналізувати можливості освіти як аргументу, що змушує людину аналізувати медійний простір та оцінювати правдивість інформації, яку він розповсюджує.

**Мета статті.** Проаналізувати роль навчання медійної грамотності як інструменту критичного та безпечного використання медійного простору.

**Виклад основного матеріалу.** Медійні засоби довгий час вважали засобами вираження свободи слова. Як такі, вони життєво необхідні демократичним соціальним системам. Вільні та незалежні медійні засоби повинні забезпечувати доступ до інформації, бути посередником у щоденному житті та надавати платформу для відкритих та наповнених фактами дискусій та діалогів, отже, загальнодоступного простору для демократичних обговорень. Ключовим у цьому ствердженні є слово «повинні».

Поява нових медійних та інформаційних технологій викликала дискусії про те як вони взаємодіють із людьми та впливають на них (особливо на молодь) безпосередньо з моменту їхнього виникнення. Реакція споживачів зазвичай містить суміш позитивних та негативних очікувань, цікавості та стурбованості [4]. Так було із популярною художньою літературою, газетами, радіо, телебаченням, відео, супутниковим та кабельним телебаченням, і те ж відбувається із діджиталізацією, інтернетом та штучним розумом. Обговорення їх у суспільстві

часом бували гарячими, та навіть пристрасними. Перевірялися межі (границі) свободи слова [2]. І знову ключове слово «межі» або «границі» має привернути увагу загалу. Цивілізаційні зміни від печери до сучасного стану людськості спричинили виникнення саме «меж» чи «границь», поза якими цивілізація перестає існувати, натомість починається хаос. Ці границі окреслює, наприклад, карний чи цивільний кодекси, які об'єктивно обмежують права людини, в той же час не дозволяючи людству перетворитись на дику зграю. Подібну роль виконує (або має виконувати) церква (релігія), встановлюючи певні норми поведінки у суспільстві, як турбота про батьків чи заповідь «не бажай добра ближнього свого», що теж обмежують права особи, яка цього добра бажає, чи тої, що не бажає піклуватись про батьків.

Інтернет породив соціальні мережі та інші засоби безконтрольного спілкування, які, на наш погляд, не мають нічого спільного із свободою слова. Остання означає право кожної людини висловити свою думку без наслідків для себе як громадянина тої чи іншої спільноти, але рамки чи межі цих висловлювань все ж повинні існувати, не дозволяючи автору висловленої думки зашкодити іншим співвітчизникам [6].

Такими ж довгими дискусіями супроводжувалася потреба знань про медійні засоби. Уже в 30-ті роки минулого століття звучали заклики про необхідність освіти та критичного мислення у відповідь на розповсюдження популярних фільмів. Заклики поширились та стали більш інтенсивними з приходом телебачення у домівки громадян у 70-ті роки ХХ століття, та народження відео-культури у 80-ті. Часто причиною їх було бажання захистити дітей та молодь від впливу деяких передач та фільмів.

Трансформація публічної сфери [3] та посилення впливу ЗМІ відбуваються у взаємозв'язку із соціально-економічними вимогами сьогодення, які теж безперервно змінюються. Зміни політичного, соціального та економічного масштабу часто викликають нерівність та поляризацію суспільства, і в таких випадках державні інституції стикаються із неможливістю задовільнити права громадян. На ці зміни більше впливають ринкові процеси, ніж абстрактне «добро загалу». Ці процеси, в свою чергу, спричиняють питання про те, що таке сучасна демократія та якою вона повинна бути [8, 9, 10].

Викладений вище перелік сучасних викликів повинен бути частиною навчання медійної грамотності, незалежно від того, чи її викладають як окрему дисципліну, чи як вбудовану частину іншого навчального напрямку. Розуміння балансу між законом та свободами є необхідним для інклюзивного громадянства. Якщо свобода слова, демократія та соціальний прогрес мають підтримуватись та розвиватись, знання про те, як приймаються

політичні рішення, принципи верховенства права, права та обов'язки громадян, значення універсальних прав людини, національна та міжнародна безпека. Іншими словами, «навчання демократії» нерозривно пов'язане із медійною грамотністю як складовою щоденного життя [5].

Крім того, існують інші виклики, про які потрібно надавати інформацію заангажованим у пошук інформації споживачам. Досвід поколінь говорить, що хоча нові технології майже завжди приносять суттєві позитиви, вони також несуть ризики. Вони також приваблюють, змушуючи користувачів ставати залежними від них, не задаючи собі насамперед питання, з якою метою вони це роблять. Сам факт існування технологій є аргументом щодо їхнього використання. Знання користувачів про середовище, його роль та правила, що воно представляє, базуються на тому, як медійне середовище – а сьогодні це цифрове медійне середовище – структуроване та які закони та правила ним керують [7].

В більшості країн люди проводять значну частину вільного часу із медійними засобами. Майже кожен використовує інтернет та соціальні мережі щодня, часто за допомогою мобільних засобів зв'язку. Ми всі можемо бути як споживачами, так і творцями контенту, але не так просто охопити весь кібер-світ, з яким стикаються громадяни сьогодні, та зрозуміти, як в ньому орієнтуватись і як відділити правдиву інформацію від фейкової.

З точки зору як структури, так і споживачів, значні зміни відбуваються під впливом нових учасників цифрового простору, таких як Google, Facebook, Apple та Amazon. Фейсбук (також власник WhatsApp та Instagram) є, безумовно, найбільш потужною компанією в світі сьогодні, з більш ніж 2 мільярдами користувачів. Цей корпоративний бізнес базується на алгоритмах та рекламних моделях, а саме – автоматизованій комунікації.

Ці компанії надають величезну кількість інформації, знань та думок, плюс численні послуги он-лайн. Вони створюють можливість спілкуватися з іншими через будь-які кордони та мобілізувати людей до, наприклад, політичної діяльності. Але вони також збирають, записують та продають величезну кількість подробиць про зацікавлення їхніх користувачів, не кажучи вже про їхній на це дозвіл. Ці дані надалі використовують для цільової реклами (наприклад, інтернет продажу), для керування політичними меседжами (наприклад, під час виборів) та для того, щоб спрямовувати діяльність користувачів значно поза межі їхньої взаємодії із послугами компанії.

Вплив на користувачів здійснюється через здатність компаній міняти алгоритми, умови послуг та інші елементи управління без будь-якої прозорості. Ситуацію можна описати як монополію на інформацію, за яку користувачі платять власними

особистими даними. Ситуація піднімає багато проблем з різних точок зору [2]. Домінування Гуглу та Фейсбуку на ринку реклами дає їм владу встановлювати оплату за рекламні оголошення. В результаті, традиційні рекламні компанії, наприклад, газети і, зокрема, місцеві, постраждали, втрачаючи ринок і доходи. Зменшення доходів впливає на їхні можливості залучення якісної (або ж альтернативної) журналістики, що, в свою чергу, збіднює публічний дискурс.

Що характерно, Фейсбук та інші подібні мережі, на початку визначали себе просто як засоби чи канали, що полегшують контакти між людьми через соціальні мережі. Надалі, приблизно у 2012 році, вони описували свій бізнес як торгівлю комерційними даними. Таким чином, ці компанії успішно ухилилися від усієї редакторської відповідальності за матеріали, які зробили доступними, незважаючи на розповсюдження неправдивої інформації та численні порушення приватності [11].

Зростання обсягів неправдивої інформації значним чином впливає на публічну сферу. З'явилися нові ідеї про свободу слова. Очевидно, що баланс між особистим захистом, приватністю та достовірністю є надзвичайно важливим у сучасному цифровому світі. Питання яким чином можна досягти цього балансу без порушення фундаментального права на висловлювання є критичною проблемою. На національному, регіональному та глобальному рівнях піднімаються питання про те, як соціальні та етичні принципи закодовані у чинному законодавстві [2, 3, 10].

Ці компанії із їхніми цифровими платформами еволюціонували у економічні та культурні явища, що мають силу і владу, щоб повністю трансформувати відносини між технологіями, капіталом, контентом та користувачами [8]. Вони є представниками нової мутантної форми капіталізму, відомої під назвою «капіталізм стеження» («surveillance capitalism») [11], яку описують як монетаризацію величезної кількості особистої інформації, отриманої через моніторинг переміщень та поведінки людей он-лайн та у фізичному світі. Ці гіганти сучасних інформаційних технологій при цьому позиціонують себе як втілення особистих свобод та ліберальних цінностей. В сучасному світі саме організації-представники цього виду капіталізму знають, що саме ринок *вирішує*, а конкурентна боротьба між новими капіталістами *вирішує*, хто *вирішує*. Люди є просто людським «природним ресурсом». Знання та влада залежать від «капіталу стеження», а незалежність чи самовизначення, які проголошують користувачі, «зникає з мап їхнього досвіду» [11, с. 192]. «Капіталізм стеження» не притаманний технологіям. Неможливо уявити його без цифрових технологій, але легко уявити останні без «капіталізму стеження».

Величезна кількість інформації з іще більшої кількості різноманітних джерел веде до зростання непропорційності використання медіа-простору різними групами громадян. Різниця в доступі та можливостями користування соціальними медійними засобами підсилює існуючі шаблони соціо-економічної та соціо-культурної нерівності. Цю різницю можна бачити і по відношенню до медійних засобів. З одного боку, тим, хто цікавиться політикою та громадськими справами, ніколи не було легше знайти певну потрібну інформацію, ніж тепер. З другого боку, ніколи не було більшого ризику піддатися дезінформації та маніпуляціям [1].

Більшість спостерігачів погоджуються, що МІГ є ключовим ресурсом – правом кожного громадянина. Забезпечення його включає навчання впродовж усього життя, як в навчальних закладах, так і поза ними. МІГ є критично важливою для функціонування демократії, сьогодні та в майбутньому, і вона вимагає організованої політики та конструктивних стимулів для навчання та громадської активності.

**Висновки.** Коли технології стрімко крокують вперед, закони та законодавчі акти часто залишаються позаду. Процеси створення та втілення відповідних реформ та створення нових інституцій зазвичай є значно повільнішим. Медійна та інформаційна грамотність часто буває корисною, коли політики та законотворчі органи відчувають себе безсилими у вирішенні проблем, що виникають та беруть початок саме в ринку. Коли впровадження законодавчих заходів просувається повільно, освіту часто пропонують як розв'язок. В таких ситуаціях просування медійної грамотності може допомогти законотворцям у вирішенні проблем, які виникають, коли рушійні

сили медійної та комунікаційної культури стають все більше комерціалізованими.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Bradshaw S., Howard P.N. Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Oxford: Oxford Internet Institute (OII), Oxford University, 2018. 25 p.
2. Carlsson U., Weibull L. Freedom of Expression in the Digital Media Culture. A study of public opinion in Sweden. Göteborg: Nordicom, University of Gothenburg, 2018. 40 p.
3. Couldry N., Rodriguez C. Media and Communications. Rethinking Society for the 21<sup>st</sup> Century. Report of the International Panel on Social Progress. 2 Volume. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. P. 523–562.
4. Dewey J. The Public and its Problems. New York: Henry Holt, 1927. 272 p.
5. Jolls T., Johnsen M. Media Literacy: A Foundational Skill for Democracy in the 21st Century. Hastings Law Journal, 69. 2018. P. 1379–1408.
6. McChesney R. W. Rich Media, Poor Democracy. Communication Politics in Dubious Times. New York: The New Press, 2015. 496 p.
7. Mellado C., Hellmueller L., Donsbach L. Journalistic Role Performance. Concepts, Contexts, and Methods. New York: Routledge, 2016. 282 p.
8. Murdock G. Mediatisation and the Transformation of Capitalism: The Elephant in the Room. Javnost – The Public, (24)2. 2017. P.119–135.
9. Picard R. G. What Society Needs from Media in the Age of Digital Communication. Oporto: MEDIA XXI, 2016. 318 p.
10. UNESCO. World Trends in Freedom of Expression and Media Development: 2017/2018 Global Report. Paris: UNESCO, 2018. 200 p.
11. Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the Frontier of Power. New York: Public Affairs, 2018. 704 p.