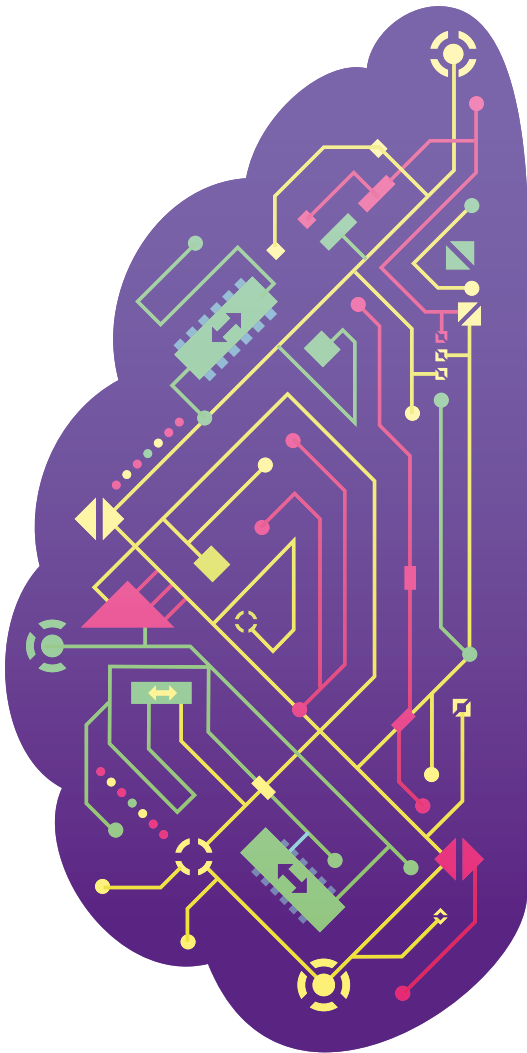


Media IQ



УДК 070.304

науково-популярне видання

Головна редакторка Сергієнко Яна
Літературні редактори та укладачі тексту
Круковська Дарина, Сухобок Анна, Марино-
ха Анастасія, Полек Юлія-Анна
Художня редакторка Полек Юлія-Анна
Ілюстратор Векторджус

Підписано до друку 17.11.2020
Формат 170x215 мм
Гарнітура Syntho Slab Pro. Умовн. друк. арк. 8
Наклад 5 000 прим. Зам. №847

Свідоцтво про внесення до Державного ре-
єстру видавців ДК № від 17.11.2020

Адреса для листування:
а/с 5675, м. Київ
Київський офіс:
вул. Старознесенська, 24-26
perecotypole@gmail.com.ua

Надруковано у ПП «Юнісофт»
61036, м. Харків, вул. Морозова, 13 б
www.ttornado.com.ua
Свідоцтво ДК № від 17.11.2020

© І. Громова Г. А. Нерсе-
сян текст, 2020
© Векторджус, ілюстра-
ції, 2020
© Ю-А. Полек, верстка,
дизайн, 2020

ISBN 978-966-8702-02-4

Медіа IQ

Київ
Видавництво «Перекотиполе»
2020

Зміст

- 01 Роль засобів масової інформації

- 02 Засоби масової інформації та молодь

- 03 ЗМІ та права людини

- 04 Як медіа впливають на життя

- 05 Медіаграмотність

1

Роль засобів масової інформації

Засоби масової інформації — засоби передавання, зберігання та відтворення інформації. Вони охоплюють як друковані (газети, журнали тощо), так і мовні, наприклад, телебачення, радіо, кіно, компакт-диски або DVD-диски. ЗМІ — це своєрідне вікно у світ. Ми вже не уявляємо свого життя без телебачення та інтернету, не можемо прожити і дня без якоїсь інформації про новини в країні та світі.

Також, безумовно, засоби масової інформації відіграють величезну комунікативну роль і функцію. ЗМІ можуть бути у якості форуму, що сприяє соціальній взаємодії та спілкуванню; завдяки ЗМІ можна купувати або продавати будь-які товари, ЗМІ дозволяють отримувати доступ до будь-якої інформації, вони дають змогу розмістити власний медіа-контент.

Проте не все так чудово й безхмарно, як здається на перший погляд. ЗМІ має й темний бік медалі. Вони є «четвертою владою» кожної країни. Постають інколи «рупором правди», проте іноді інформація в ЗМІ спотворюється настільки, що це пригнічує деяких людей, ображає їхню честь та гідність. А також ведеться постійна боротьба не на життя, а на смерть між традиційними засобами масової інформації, ЗМІ конкурують

між собою в обговоренні проблем, водночас виконуючи роль сторожового пса.

Влада ЗМІ, зокрема, інтернету сприяє підвищенню обізнаності у сфері масмедіа користувачів. Розширюється доступ до інформації, але є небезпека виникнення певних труднощів. Особлива увага приділяється правам людини, що викликає співчуття, співпереживання, а також ненависть, виникнення стереотипів та дезінформації. Особливо вразливими до онлайн-ризиків є діти та молодь.



1

«Кожна людина має право на свободу переконань і на вільне їхнє виявлення; це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань та свободу шукати, здобувати й поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами й незалежно від державних кордонів. Стаття 19, Загальна Декларація прав людини

2

Висвітлення проблем здоров'я у ЗМІ

Теорія й практика формування здорового способу життя (ФЗСЖ) висуває рівень інформованості суспільства в цілому й окремих його членів, зокрема, і проблем здоров'я як єдиного із найважливіших чинників передумови успіху. Надання інформації – одна зі стратегій ФЗСЖ і, природно, її ефективність безпосередньо пов'язана й із рівнем розвитку засобів масової інформації, особливостями їх функціонування в певному соціумі.

Загальновідомо, що в наш час ЗМІ справляють найбільш вагомий вплив на громадську свідомість. Здатність швидко й майже тотально охоплювати найбільш широкі аудиторії дає їм можливість трансформувати традиційну систему духовного виробництва, і зараз у розвинутих суспільно-політичних системах панує вислів, що ті, хто володіє ЗМІ, володіють громадською думкою.

3

У мас-медіа можна знайти потрібні відомості практично з будь-якої медичної теми – у тому числі новітню й навіть сенсаційну інформацію. Також матеріали про здоров'я – порятунком для громадян, що утомилися бігати по лікарях.



Саме за допомогою мас-медіа серед різних категорій населення (читачів, слухачів, глядачів) пропагуються певні ціннісні установки, світоглядні стереотипи та моделі поведінки, внаслідок чого спільні смаки й форми «культурного споживання» поширюються як серед привілейованих, так і малозабезпечених категорій населення. З огляду на це, у змаганні за культуру мас-медіа перебувають практично поза конкуренцією.

Згідно з даними ведучих видавництв СНД найбільшою популярністю в останні роки користуються книги серед покупців. Саме ці книги посідають перше місце по продажах. Причому люди готові скуповувати все: від значних монографій до тонюсінких брошурок, присвячених сумнівним методам лікування.

Якщо звернутися до «всесвітньої павутини», то можна знайти відповіді на будь-які питання. Інтернет має потрібну інформацію практично по будь-якій медичній темі – у тому числі новітню й навіть сенсаційну інформацію. По-друге, в Інтернеті можна поговорити про проблеми свого організму з необмеженою кількістю людей. По-третє, ви можете одержати консультацію фахівця, причому безкоштовно. Навряд чи варто призначати собі лікування на основі такої заочної консультації. Але нею можна підкріпити діагноз, поставлений раніше в лікарні.

4

У друкованих ЗМІ в рубриках «Здоров'я» можна знайти багато статей на теми: гайморит, варикозне розширення вен, схуднення без дієт. Такі статті звичайно науково-популярні, тобто не обтяжені зайвими науковими вишукуваннями й досить практичні.

Часто ці матеріали написані не лікарями, а журналістами. І поради можуть зустрічатися зовсім безглузді. Якщо один автор радить вам лікувати ніс соком часнику, а другий автор, по сумісництву працюючий лор-лікарем, обурюється, говорячи, що при такому лікуванні не важко підхопити вірус, право вибору – за вами.

Багато популярних видань із проблем здоров'я свідчать про непрофесіоналізм авторів їх авторів. Ми вважаємо, що найголовнішою ознакою матеріалів про здоров'я в ЗМІ повинна стати наукова обґрунтованість рекомендацій, що вводяться в них.

5

Сукупність видань і програм, що становлять систему ЗМІ, повинна бути такою, яка б створювала картину дійсності максимально повною, об'ємною, всебічною, завершеною. Тому в журналістиці виникає багато видань і програм, а всередині них – рубрик, сторінок, рубрикових передач, які звернені до різних сфер дійсності.

Їхній діапазон надзвичайно широкий («Лісова промисловість» і «Культура», «Сад і город» і «Журнал мод», «У світі тварин» і «Здоров'я» ...) Причому ці видання й програми можуть бути розраховані як на величезні регіони (країни, континенти, увесь світ), так і на локалізоване поширення в малих регіонах (екологічна сторінка для невеликого району або спортивне видання для міста).

Тематична спеціалізація видань і програм, сторінок і рубрикових передач чекає від журналістів відповідної кваліфікації, щоб усі тематично-інформаційні «ніші» були заповнені. При цьому до одного тематичного шару часто звертаються різні видання й програми – конкуруючі й (або) взаємодоповнюючі один одного.

За характером звертання до тематичних шарів варто виділити універсальні видання й канали радіо й телебачення, у поле зору яких перебувають усі сфери життя суспільства. Поряд із ними – багатопрофільні, що охоплюють ряд проблемно-тематичних ліній, зв'язаних між собою певним напрямком і характером інформації.

Формування структури системи журналістики здійснюється різними шляхами. Історично спочатку виникли окремі, широко орієнтовані видання, а потім у процесі розвитку ЗМІ стали з'являтися нові газети, журнали, програми радіо й телебачення різних тематичних, програмних і аудиторних орієнтацій. Так поступово виникає розманітність ЗМІ, виявляючи теми, які виникли у зв'язку зі станом і потребами потенційної аудиторії.

Набувають суспільної сили тільки ті видання, які виявили свою інформаційну «нішу», показавши себе як

певний тип видання.

Спеціальні видання призначені для певного читача: з певним рівнем утворення, соціальним станом, професією. Суб'єкт існує тільки тому, що є адресат – читач, слухач, глядач. Головна риса аудиторії, що впливає на спеціальний публіцистичний суб'єкт, – її інформаційна вибірковість. Спеціальне видання розраховане тільки на «галузевого» читача. Однак головним завданням спе-



6

Проблема ефективності преси існує відтоді, як з'явилася газета, і саме від журналіста залежить успіх його матеріалів

Соціальні проблеми у ЗМІ

Проблеми взаємної відповідальності суспільства та преси продовжують залишатися дискусійними й актуальними. Там, де діяльність преси дійсно спирається на конституційні норми та правовий статус у суспільстві, вирішення цих проблем найбільш прийнятне та найменш болісне. На шляху створення української національної державності питання вироблення та закрі-

плення правового статусу ЗМІ в суспільстві займають щільне місце в законотворчій діяльності парламенту.

Першим було прийнято закон України «Про інформацію». Цей закон закріпив право громадян України на інформацію, заклав правові основи інформаційної діяльності, визначив систему та джерела Інформації, доступ до неї й статус учасників інформаційних відносин.

Не можна забувати, що вільне висловлення переконань є суспільним здобутком але, якщо ці переконання спрямовані проти державної влади, їх розповсюдження підлягає обмеженню в законодавчому порядку. Це загальноприйняте правило світової практики і його дотримання потрібно перш за все в цілях державної безпеки, громадського порядку здоров'я, моральності населення, а також для поваги прав і репутації інших людей. Саме тому друковане поширення ідей, що можуть завдавати шкоди державі та політиці, будь-якої пропаганди озброєного захисту «національних інтересів», закликів до національної чи релігійної ненависті кваліфікується як підбурювання до ворожнечі або насильства та суворо забороняється.

Проблема ефективності преси існує відтоді, як з'явилася газета, і саме від журналіста залежить успіх його матеріалів. Працівник ЗМІ повинний вміти майстерно передати ідею, біль, перекласти це на мову газетної публіцистики, втілити їх в оглядах і статтях, репортажах і кореспонденціях, побудованих на фактах місцевого життя. Існує ще одна умова, наскільки ідентично ідеї будуть сприйняті читачами, – лише на перший погляд вона здається незалежною від журналістів. Адже, щоб впливати на розум і почуття читачів, треба знати їх інтелект, духовний світ, інтереси, уподобання, тощо.

Кожен редактор, підписуючи до друку черговий номер, приблизно уявляє розмір тих змін у суспільному житті, які стануться в наслідок сприйняття читачем думок і почуттів, що ними пройнятий виступ газети, праг-



не задовольнити інформаційні інтереси задля здійснення своїх соціальних потреб.

Коли тема торкається соціального захисту населення, то розроблятися вона повинна на соціальному матеріалі, а якщо журналіст не піде по лінії аналізу матеріальних результатів, а заглибиться в духовну, досвід показує, що ефективність матеріалів відбувається через життєвські ситуації, тобто коли ідея співпадає з інтересами аудиторії.

Постійно сприймаються матеріали в основі яких лежить ситуація, протиріччя, сюжет, роздуми, коли журналіст не дає вже готові висновки, а веде пошук істини, розкриває свою логіку. Знаючи смаки, настрої читачів, досвідчений журналіст, звертатиметься до них, зіставлятиме й протиставлятиме різні позиції, дискутуватиме й згоджуватиметься.

Сучасне динамічне життя посилює соціалізуючу роль преси, яка мала в основу своєї діяльності покласти саме соціальний вимір усіх економічно-політичних і духовних процесів в умовах національного відродження.

Однак продрукувати ефективно соціальну інформацію, яка б відповідала умовам розбудови громадського суспільства, значна частина працівників засобів масової інформації нездатна, у наслідок застарілого мислення, низької національної свідомості, низького загального розвитку, безпорадності в питаннях сучасної економіки, політології, соціології й особливо комерційної діяльності.

Повідомлення, що вже відоме не принесе користі. Навряд, один і той самий матеріал читач почне вивчати по різних газетах. Тому видання, які порушують соціальні проблеми, повинні намагатися при написанні своїх статей добирати, якомога свіжішу інформацію, і використовувати яскраві стилістичні засоби. Усі це сприятиме неповторності текстів, якщо, навіть, вони порушують одну тематику.

Сучасне динамічне життя посилює соціалізуючу роль преси, яка мала в основу своєї діяльності покласти саме соціальний вимір усіх економічно-політичних і духовних процесів в умовах національного відродження.

Метою газетних публікацій є об'єктивно інформувати про суть найважливіших соціальних і політичних проблем держави.

2

Засоби масової інформації та молодь

Я б хотіла виглядати як Сінді Кроуфорд.
Сінді Кроуфорд, «супер-модель».

9

Засоби масової інформації та інформаційно-комунікаційні технології відіграють важливу роль у житті молоді і є одним з основних чинників, які сформували нинішнє покоління молодих людей. Багато дітей вважаються цифровими аборигенами: вони зростають у середовищі, де ІТ-технології є частиною повсякденного життя і вони навчаються використовувати цифрові пристрої перш, ніж вони починають ходити або говорити. У результаті чого виявилось, що навіть їхня структура мозку відрізняється від структури мозку представників попередніх поколінь! Проте існування такого цифрового розриву між молоддю та поколінням їхніх батьків було поставлене під сумнів. Деякі дослідження показали, що цифровий розрив залежить не від віку, а від доступу та можливостей.

Мир — це не просто віддалена мета, яку ми шукаємо, а засіб, за допомогою якого ми приходимо до цієї мети.
Мартін Лютер Кінг молодший

Молоді люди, як правило, витрачають години кожного дня, дивлячись телевизор, граючи в онлайн-ігри, спілкуючись у чатах, блогах, слухаючи музику, відправляючи свої світлинки й шукаючи друзів, людей, з якими можна спілкуватися в онлайн. Цей віртуальний світ може запропонувати, як нові можливості, так і підводні камені.

Використання електронних, цифрових та інтернет-ЗМІ мають численні позитивні наслідки: вони розважають, виховують і розвивають навички спілкування. Тим не менш, вони також можуть нашкодити молодим людям і спільнотам, залежно від їхнього способу використання інтернету. Вплив засобів масової інформації, будь-то передача чи прямий ефір є спірним, однак дослідники помітили такі побічні ефекти:

- Час, проведений перед телевизором: є думка, що надмірне проведення часу перед екранами телевизорів призводить до проблем зі сном та незадовільної успішності в школі.
- Насильство: простежується очевидний взаємозв'язок між насильством, висвітленим у ЗМІ, та подальшою агресивною та насильницькою поведінкою.
- Стимулювання споживчого інтересу: реклама в її різних формах була звинувачена в маніпулюванні аудиторією.
- Цінності: спостерігається тенденція для молодих людей менше думати про себе й дотримуватися цінностей, встановлених засобами масової інформації.
- Стереотипи: ЗМІ були звинувачені в збереженні шкідливих або нереалістичних соціальних стереотипів, особливо гендерних ролей та національних характеристик.
- Самооцінка: розважальні ЗМІ мають зростаючий вплив на стиль, ідентичність та індивідуальність молоді. Ідеали, пов'язані з рольовими моделями, запропоновані ЗМІ, спричиняють розчарування в молодих людей і знижують їхній рівень самооцінки, оскільки практично неможливо відповідати таким ідеалам. Тиск бути «ідеальним» часто призводить до проблем зі здоров'ям, зокрема, до проблем із харчуванням.

10

«Вбивають нас тихо» — це серіал, створений Жан Кільбурн, прихильницею медіаосвіти, демонструє, як рекламні носії сприяють спотворенню та руйнуванню ідеалу жіночності.



11

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій відкриває величезні можливості, але в той же час є загрозою для дітей та молоді. Наприклад, вони можуть бути байдужими до розкриття власних персональних даних, які можуть бути використані для небажаної реклами та надання приміщення для інтернет-«хижаків». Сучасні інформаційні технології, як і будь-які інші технології, можуть бути використані для образливих цілей, на зразок сексуальних домагань, сексуальних залякувань, гомофобних нападів та інших форм гендерного насильства, спричинених словесними нападами або зловживанням фото або відео. Наймолодші люди іноді використовують неконтрольований інтерактивний простір для відправки жорстоких повідомлень і принизливих фотографій своїх однолітків.

Бути критичним до джерел в епоху інформаційного достатку — це одна з найважливіших навичок, яку необхідно розвивати. Проте з приходом «Web 2.0» (веб-

додатків, які полегшують обмін інформацією й дають змогу користувачам взаємодіяти та співпрацювати один з одним у ролі творців контенту, що створюється користувачами) необхідно розробити кодекс норм та правил поведінки для користувачів інтернету та повідомити про небажані наслідки наших онлайн-дій. Цілком зрозуміло, що коли справа доходить до обміну особистою інформацією про себе або інших, багато людей не знають про те, наскільки публічним і довговічним є все, що викладається в інтернет.

Одна з відповідей на ці питання полягає в тому, щоби навчити людей стати більш критичними та досвідченими користувачами ЗМІ. Медіаосвіта спрямована на те, щоби зробити всіх громадян, особливо молодь, обізнаними про силу засобів масової інформації й забезпечити для них можливість розрізнити інформацію хорошої та поганої якості, визначати щирі та ненависні повідомлення. Медіаосвіта може допомогти аудиторії навчитися бути вибірковими, а не вразливими для реклами, а також підтримувати он-лайн безпеку та належний рівень конфіденційності.

Захист і розширення прав і можливостей дітей є пріоритетним завданням на порядку денному Ради Європи. У Рекомендаціях щодо розширення можливостей дітей у новому інформаційному та комунікаційному середовищі» (2006 р.) говориться про те, що держави-члени повинні мати узгоджені стратегії інформаційної грамотності й навчання, які б сприяли розширенню прав і можливостей дітей та їхніх педагогів і допомогли краще використовувати інформаційні та комунікаційні послуги й технології. Важливість до заохочення навчання інтернет-навичкам та грамотності підтверджена в іншій Рекомендації (2009 року), у якій міститься заклик до держав-членів щодо розвитку та сприяння цьому., У співпраці з представниками приватного сектору та громадянського суспільства, розробленню стратегії

12



для захисту дітей від змісту й поведінки, що несе ризик завдання шкоди, й одночасно оберігає їх активну участь у новому інформаційно-комунікаційному середовищі.

Навчання, які б сприяли розширенню прав і можливостей дітей та їхніх педагогів і допомогли краще використовувати інформаційні та комунікаційні послуги й технології. Важливість заохочення навчання інтернет-навичкам та грамотності підтверджена в іншій Рекомендації (2009 року), у якій міститься заклик до держав-членів щодо розвитку та сприяння цьому. У співпраці з представниками приватного сектору та громадянського суспільства, розробленню стратегії для захисту дітей від змісту й поведінки, що несе ризик завдання шкоди, й одночасно оберігає їх активну участь у новому інформаційно-комунікаційному середовищі.

13

Європейські підлітки у віці 12-17 років проводять по 9,1 години на тиждень в Інтернеті, на відміну від 11,4 годин, проведених людьми віком 18 років і старше, не рахуючи професійного чи академічного використання.



3

Засоби масової інформації та права людини

Свобода самовираження

Одним із важливих прав, яке стосується ЗМІ - є право кожної людини на свободу переконань та їх вираження.

Свобода вираження, згідно з правом людини включає право на отримання й поширення інформації, право на висловлювання й формування власної думки, право на мовчання та право на вибір за власним уподобанням одягу, музики, літератури і кіно. Також воно охоплює художнє вираження, політичну та комерційну мову, академічну свободу та право на свободу слова журналістів. Свобода самовираження є справді важливою для людей, адже вона дозволяє досягти самореалізації, знайти сенс життя, сприяє розвитку індивідуальності. Це право має важливе значення для різних громад чи спільнот, які борються за рівні права, демократію чи пришвидшують процес прогресу. Свобода вираження думки важлива сама по собі і є передумовою для здійснення цілого ряду інших прав і свобод.

Уряд завжди намагався контролювати засоби масової інформації чи доступ до засобів масової інформації

14

Якщо ми не віримо в свободу вираження думки людей, яких ми зневажаємо, то ми не віримо в неї взагалі.

Ноам Хомський

15

з метою впливу на громади, їхню думку, щоб отримати підтримку або ж зупинити опір від певних дій. Проте, контрольовані ЗМІ певною мірою спотворюють інформацію, унаслідок чого люди не отримують об'єктивне роз'яснення чи показ важливих подій, достовірний аналіз, а також інформацію про стан економіки, політичні події та соціальні факти.

Державний контроль над ЗМІ може здійснюватися через сканування інтернет-трафіку або телефонних розмов в ім'я національної безпеки. В інших випадках уряди намагаються повністю обмежити доступ до конкретної інформації. Прикладом таких дій з боку уряду є випадок із закриттям мережі мобільного зв'язку в Ірані в середині 2009 році.

Контроль урядів на засоби масової інформації викликає занепокоєння в Європі. Так у 2011 Угорщина прийняла закон, який дозволяє чинній владі здійснювати контроль над засобами масової інформації. У ряді європейських країн журналіста можуть притягнути до кримінальної відповідальності та посадити до в'язниці, якщо він опублікує факти чи думку, яка може образити когось. Такі закони та дії з боку держав суперечать правам людини, а саме порушують право на свободу слова журналістів та право на доступ кожної людини до інформації.

Право на інформацію

Право на інформацію означає, що кожна людина має право знати про те, що відбувається навколо, говорити, а також мати вільний доступ до важливої інформації. Згідно з Міжнародним пактом громадянського і політичного права, право на свободу висловлювання думок «передбачає свободу пошуку, отримання і поширення інформації та будь-яких ідей, незалежно від кордонів ...».



У сучасному інформаційному суспільстві рівноправний доступ до освіти, професійної підготовки, науки, техніки та зайнятості може бути забезпечений, за умови виключення нерівності у доступі до інформації.

16

Десять ключових загроз для свободи вираження думки:

Механізми державного контролю над ЗМІ.

- Кримінальна відповідальність за наклеп.
- Насильство над журналістами.
- Обмеження прав на інформацію
- Дискримінація права на свободу вираження поглядів та думок.
- Комерційний тиск.
- Виклики, які стосуються підтримки публічних і громадських ЗМІ.
- Безпека і свобода вираження думки.
- Свобода вираження думки в Інтернеті.
- Доступ до інформаційно-комунікаційних технологій.

4

Як медіа впливають на життя

17

Сьогодні нас повсюди оточує інформація. У ЗМІ новинна стрічка оновлюється щохвилини, а кожен новий день приносить свої сенсації. Те, що було мега-новиною вчорашнього ранку, завтра, може, взагалі не афішуватися.

Коли інформації забагато, вона не лише швидко забувається, а й розмиває наші ціннісні орієнтири. Ми вже просто не можемо перевірити кожен прочитану новину. Тому й піддаємося на маніпуляції та віримо фейкам.

Ми наведемо 5 реальних фактів про те, як медіа впливають на наше життя. Звісно, це далеко не вичерпний список. Більше — ми впевнені, кожен із вас має подібний особистий приклад. Сподіваємось, розвиток медіаграмотності допоможе вам мінімізувати шкідливий вплив медіа та навчить, як ним користуватися з розумом.

Результати виборів залежать від медійного іміджу політиків

Про людей, яких ми обираємо в президенти чи народні депутати, здебільшого ми знаємо з телебачення та політичних агіток. А це означає, що ми віддаємо голос



тому образу, який нам транслюють з екрану, а далеко не тій особистості, якою політик є насправді. Цю тезу доводить блискавичний успіх партії «Народний фронт» на останніх парламентських виборах. Дослідження Фонду демократичних ініціатив підтвердило, що одним із найбільш важливих чинників перемоги «Народного фронту» є дорога інформаційна кампанія. До слова, особливо активно вона була впродовж останніх двох тижнів перед виборами.

Молодь калічиться, повторюючи трюки з фільмів

«Усі трюки виконані професіоналами!» або «Трюк виконаний професійними каскадерами. Не намагайтеся повторити в хатніх умовах!». Пам'ятаєте такі застереження з фільмів чи реклами? Саме з медіа сформувалися субкультури руферів, що незаконно видираються на верхівки хмародерів, та зачеперів, що полюбляють пересуватися громадським транспортом із вітерцем (себе то на його даху). Але в житті не так, як на екрані. Тут далеко не кожен подвиг завершується щасливо. За даними «Укрзалізниці», минулого року на залізниці загинуло 16 дітей у віці до 16 років, які вилізли на вагон заради інтернет-слави. Ще 15 зазнали травми. За інформацією РБК-Україна, у 2016 році в київському метрополітені 19 зачеперів звалилися на рейки з вагонів, троє з них закінчилися смертю.

18

Смертельне зловживання соціальними мережами

Продовжуючи роздуми про молодь та інтернет неможливо упустити з виду тематику соціальних мереж. Те, що ми бачимо в соцмережах немає нічого спільного з відображенням реальності, це реальність сконструйована. Чому так? У соцмережах ми показуємо кращу сторону себе. Наприклад, роблячи селфі, обираємо більш вдалий ракурс: щоби щоки меншими були, сховався



Коли інформації за- багато, вона не лише швидко забувається, а й розмиває наші ціннісні орієнтири. Ми вже просто не можемо перевірити кожну прочитану новину. Тому й піддаємося на маніпуляції та віримо фейкам.

другий підбірідок чи були менш помітні темні круги під очима. Та іноді бажання тримати марку чи видавати себе за того, ким ти не є насправді, може вбити. Із нещодавніх прикладів трагічна автокатастрофа в Ізюмі Харківської області. Вночі двоє сестер їхали в BMW з гучною музикою, щось пили з бокалів, сміялися і трансливали свої розваги онлайн в Інстаграмі. Одна з них була в цей момент за кермом, друга — на передньому пасажирському сидінні. Водійка не впоралася з керуванням та врізалася в опору електромережі, а потім — дерево. На цій трансляції в соцмережі були записані останні хвилини їхнього життя. Ну й на завершення

аргументації факту: пам'ятаєте, як на початку 2017 року Україну сколихнула ситуація довкола онлайн-гри із суїцидальним нахилом «Синій кит»?

ЗМІ формують наші стосунки

У вас є родичі чи друзі в Росії? А ви зараз нормально спілкуєтеся з ними? А до 2014 якими були ваші стосунки? Нам не відомо про жодну родину, якій вдалося зберегти настільки ж теплі та відверті стосунки. Хтось просто перестав обговорювати політику, хтось пройшов довгий шлях від образ до взаєморозуміння, а комусь довелося обірвати всі зв'язки. Це все результат відвертої щоденної пропаганди в ЗМІ та фейків. кому б ви повірили більше: ЗМІ, яке читаєте щодня, чи невідомому іноземному телеканалові? Певно ж до знайомих ведучих і журналістів довіра була б вищою. Але чи все, що транслює в маси наш медійний фаворит є єдиною й непорушною істиною?

Медіа можуть бути й гарним інструментом, наприклад, для поширення інформації

Звісно, є в медіа світла позитивна сторона. Засоби масової інформації є ефективним інструментом підтримання суспільної рівноваги, а самі медіа допомагають нам взаємодіяти врешті-решт. І дуже швидко передають інформацію.

Якби не було ЗМІ та інтернету, чи могла б бути результативною Українська біржа благодійності, що збирає кошти на лікування важкохворих і вирішення соціальних проблем? І вже однозначно вона не змогла б акумулювати понад 130,686 млн гривень.

Нам здається, це далеко не риторичні питання.

5

Медіаграмотність

21

Сьогодні ми помічаємо стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, що збільшує обсяги й потік інформації. Водночас інформація, яка «споживається», якою користуються люди, зумовлює значний вплив на тям, світогляд і поведінку людей. З огляду на наявність в інформаційному просторі безліч необ'єктивної, заангажованої і спотвореної інформації, людина має вміти орієнтуватися й безпечно користуватися інформацією. З цього приводу доволі влучно зазначає С. Квіт, констатуючи, що «українська громада перебуває між двома формами тиску на масове розуміння. З одного боку, багатьма політичними силами експлуатуються рецидиви тоталітарної спадщини. З другого — новітні технології уможливають набагато більш ефективні форми ідеологічних впливів». За таких умов, переважна частина інформаційного простору нашарована заперечною, деструктивною, заангажованою, однобічною, спотвореною, неточною, неповною, нецілісною, невизначеною інформацією. Водночас людина сьогодні за день здобуває стільки інформації завдяки засобам масових комунікацій і інтернет-технологіям, скільки людина покоління минулого століття за пів життя. Тому вкрай важливо вміти бути розбірливим у отриманні й

У результаті досліджень лише 11 % українців змогли відрізнити фейки. При цьому 65 % стверджують, що вміють відрізнити неправдиву інформацію в медіа.

користуванні інформацією із засобів масової інформації. Як вважає професор, доктор філософських наук В. Іванов, треба вміти працювати з інформацією. Саме на це спрямовані уроки з медіаграмотності, які вже кілька десятиліть тому почали бути частиною шкільної програми на Заході.

Медіаграмотність — це основа протидії інформаційно-психологічному впливу, засіб формування в молоді критичного мислення й інформаційної стійкості. В основі медіаграмотності — уміння критично мислити. Критичне мислення означає мислення, коли людина оцінює, аналізує, не визнає догм, розвивається за допомогою шляхом нашарування нової інформації на власний життєвий досвід. Критичність розуму характеризується умінням суворо оцінювати роботу думки (своєї й чужої), піддавати всебічній перевірці припущення, що висуваються, ретельно зважуючи всі доводи за і проти: умінням дивитися на свої (і чужі) припущення, як

22



на гіпотези, що потребують перевірки. Іншими словами, критичне мислення — це форма практичної логіки. Саме розвиток інформаційних технологій забезпечує практично цілодобове використання медіа простору для маніпуляцій суспільної думки. Такий стан речей формує сталі інформаційно-психологічні загрози, і коли вони накладаються на ґрунт широкого психічного розладу населення, то виникають серйозні наслідки, які катастрофічно впливають на інформаційно-психологічну безпеку громади та держави. Сучасна молода людина активно користується соціальними мережами і, власне, з них здебільшого й здобуває інформацію. Молодь цікавиться суспільно-політичними подіями в країні, але далеко не завжди розуміє й доволі зрідка перевіряє, наскільки об'єктивно подана інформація в ЗМІ. З урахуванням цього, важливо, щоб українська молодь була медіа освіченою, тобто вмючою перебірливо здобувати й користуватися інформацією, бути людиною критично мислячою. Тому щоб організації ефективної протидії інформаційно-психологічним загрозам необхідно терміново зайнятися проблемою підвищення медіаграмотності населення, особливо молоді, яка ще не має життєвого досвіду і здібна вірити перекрученій інформації.



ISBN978-966-8702-02-4



9 783161 484100