

*Галина Синоруб,
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна*

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ФУНДАМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ АУДИТОРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

В умовах російсько-української війни, коли спостерігається масштабний потік інформації з великими комплексами ворожих пропагандистських нарративів, інформаційно-психологічних операцій, фейкових повідомлень, гостро відчувається потреба у медіаграмотності – розумінні й глибокому аналізі медіаконтенту, його критичній оцінці. Актуалізується питання інформаційної і психологічної стійкості аудиторії до дезінформації, яка продукується ворожими медіа.

Дослідженню проблеми формування медіаграмотності та медіакомпетентності присвячені праці учених: Білої Н., Бойко С., Дащенко Н., Ванюшиної О., Йордан Г., Коропатник М., Кушнір О., Марків О., Мединської О., Полови Н., Поплавської Н., Решетухи Т., Романюк С., Стаднік О., Тараненко О., Шевчук К., Шуневич О. та ін. Інформаційна стійкість під час війни стала об'єктом уваги багатьох дослідників, серед яких: Бачурін І., Войтович Н., Жадько В., Кучик О., Клименко О., Куляс П., Марків О., Мельник І., Синоруб Г., Найдьонова Л., Полтавець Ю., Почепцов Г., Пелян О., Тараненко О., Харитоненко О., Харчук О., Шевчук С. та ін.

Підсумками доповіді на всеукраїнській стратегічній нараді за результатами обговорення коригувального етапу експерименту в 2022-2023 році, керівником якого є Любов Найдьонова, стали прийняті нові медіаосвітні тренди 2023, які є відповіддю на виклики воєнного часу:

1. Здоров'язбережувальний тренд для забезпечення психологічного благополуччя як умови розвитку людського потенціалу країни: підвищення боєздатності, сили духу, що базуються на систематичній роботі над власною стабільністю і працездатністю.

2. Інформаційний патріотизм, суть якого полягає в єдності українців у протистоянні ворогу, підвищеній обізнаності у сфері пропаганди і маніпуляцій, укріпленні світоглядної стійкості проти дезінформації та інформаційно-психологічних операцій на основі підсилення ідентичності й ціннісної саморегуляції, визначенні нових умов для забезпечення інформаційної безпеки.

3. Цифровий гуманізм, який разом з інформаційним патріотизмом врівноважують одне одного, визначають нові акценти формування цифрових компетентностей, виправляють тенденцію відриву технічної грамотності від розвитку критичності світоглядної позиції [1].

Перелічені тренди взаємопов'язані між собою, взаємодоповнюють і посилюють один одного.

Швидкі темпи поширення новин і думка про те, що на них необхідно оперативного реагувати, заохочує до рефлексивного мислення на противагу раціональному. Тому, особливо в умовах війни, визріває необхідність у формуванні й вдосконаленні навичок критичного мислення, що дає змогу не розгубитися у перенасиченому інформацією середовищі й не піддаватися маніпуляціям. Критичне мислення – це вміння ставити питання, обґрунтовувати власну позицію, оцінювати та інтерпретувати інформацію, проводити паралелі з теперішнім часом, аналізувати передумови та причини подій; здатність застосовувати раціональні методи пошуку, відбору, систематизації, верифікації текстових, фото- й відеоматеріалів [3, с.168].

Закономірним питанням залишається захист від негативного медіавпливу шляхом формування інформаційної стійкості як кожного громадянина, так і

суспільства в цілому. Науковець І. Мельник дає пояснення інформаційній стійкості як виробленню адекватних механізмів протиборства не лише проти відверто агресивних інформаційних дій, але й на рівні масової свідомості формування метанаративів, що ґрунтуються на етнонаціональній аксіологічній складовій [2]. Інформаційна стійкість можна розглядатися, з одного боку, як один із вагомих маркерів медіаграмотності, а з іншого – сама ж медіаграмотність є фундаментом інформаційної стійкості.

Для того, аби з'ясувати рівень критичного споживання інформації аудиторією, її емоційну вразливість до медіаконтенту, проведено дослідження (онлайн-анкетування), в якому взяли участь 187 респондентів віком від 17 до 70 років у період із жовтня по листопад 2022 року. Оскільки в українському інформаційному просторі спостерігається зростання кількості фейків, дезінформації та маніпуляцій, важливо, щоб аудиторія довіряла лише офіційним джерелам. Серед опитаних більша половина – 58,8 % респондентів отримують інформацію з офіційних джерел профільних державних установ, вдаються до них інколи – 33,2%, зовсім не звертаються – 6,4%. 5,3% осіб не знають, яким джерелам можна довіряти, тому визначитися з відповіддю було їм важко (Рис.1).



Рис. 1. Чи отримує аудиторія інформацію з офіційних джерел

У воєнний час шириться багато неправдивої інформації, особливо тоді, коли про події, що відбуваються в суспільстві, недостатньо фактів. Аудиторія вдається до пошуку інформації, намагається її отримати з будь-яких джерел, які можуть продукувати фейкові повідомлення.

На запитання «Чи завжди довіряєте опублікованій інформації» лише 11,2% дали схвальну відповідь, 63,1% – не довіряють, і 26,7% вагаються у їх правдивості (Рис. 2).

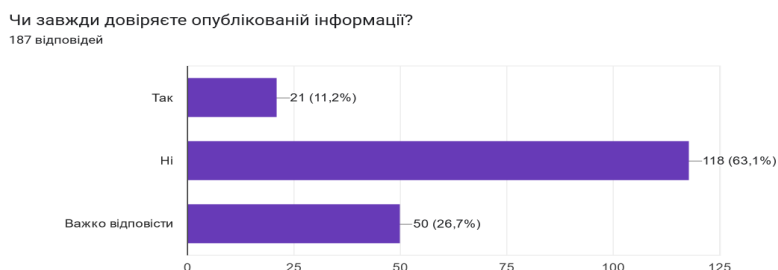


Рис.2. Довіра до інформації

Викликом сьогодення є розвиток медіаграмотності, завдання якої полягає у трансформації медіаспоживання в активний та критичний процес, що беззаперечно впливає на формування інформаційної стійкості.

Сьогодні, у надскладних умовах, в яких перебуває українське суспільство, маніпулятивна, фейкова інформація зачіпає на «гачок» аудиторію емоційними важелями. У таких ситуаціях інформаційна стійкість споживачів залежатиме від рівня їх емоційного інтелекту та розвитку критичного мислення.

На запитання «Як ви реагуєте на емоційну інформацію» 48,7% осіб проявляють емоційну стійкість і критично підходять до аналізу повідомлень про ситуацію в країні. Діляться з рідними, близькими – 38 % опитаних, а 11,2 % бажають поінформувати про поточні події якомога більшу кількість аудиторії (Рис. 3).



Рис.3. Реакція аудиторії на емоційну інформацію

Отже, для формування відповідального ставлення аудиторії до медіаконтенту та посилення стійкості перед дестабілізуючою силою впливу фейкових повідомлень, необхідний потужний щит – медіаграмотність, що проявляється в критичному сприйнятті інформації, оволодінні прийомами інформаційної безпеки та організації особистісного медійного простору загалом. За допомогою механізмів протистояння дезінформації як на когнітивному, так і на емоційному рівнях, проявляється інформаційна стійкість, яка є зброєю для перемоги на інформаційному фронті.

Список використаної літератури

1. Медіаосвітні тренди 2023 – відповідь на виклики воєнного часу. Підсумки доповіді на Всеукраїнській стратегічній нараді за результатами обговорення і завдання коригувального етапу експерименту в 2022-2023 навчальному році. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediaosvitni-trendy-2023-vidpovid-na-vykylykyyoynnogo-chasu/>
2. Мельник І. Інформаційна стійкість України: вибір трендів масової культури та їх вплив на суспільну свідомість і стратегії державного управління. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування». 32 (71). № 2, 2021. С. 69.
3. Синоруб Г., Йордан Г. Формування критичного мислення в майбутніх медійників (на прикладі бінарного онлайн-заняття з дисциплін «Журналістський фах: інтернет-журналістика» та «Журналістський фах: фотожурналістика»). Інфомедійна грамотність – невід’ємна складова навчального процесу закладу вищої освіти: збірник статей. Редкол.: В. Ф. Іванов. голов. ред. та ін.. Київ: Академія української преси, IREX, Центр Вільної преси, 2021. 400 с.