

Модуль 1. Що таке медіа. Історичний розвиток та різновиди медіа

Про медіаграмотність точиться багато розмов, але, тим не менш, ці знання потребують вдосконалень. Ми постійно знаходимося під впливом медіа, потоків інформації, які ми щоденно отримуємо, не усвідомлюються, і вони не опрацьовуються, як треба.

Ми щодня користуємося мобільними телефонами, гаджетами, смартфонами, планшетами, ноутбуками та іншою цифровою технікою. Зараз навіть важко уявити, а як це люди раніше жили? Тепер інші часи, і нам треба вчитися користуватися всіма можливостями новітньої техніки.

Розповсюдження цифрових технологій, їх проникнення в усі сфери нашого життя – це безперечний плюс, але є й зворотні боки. Тому ми будемо говорити і про небезпеки, які можуть нести цифрові технології, що саме ми маємо знати для того, щоб користування новітніми технологіями з користю.

Загалом українське суспільство ще дуже мало знає про інформаційну систему, про інформаційні війни, про те, як загалом відбувається життя у сучасному цифровому світі. Це викликає багато проблем.

Ми прагнемо, аби наші колеги, вчителі, керівники шкіл, шкільні управлінці бачили, що світ навколо різко змінився, він став цифровим. І не враховувати вплив медіа, вплив інформаційного тиску на нас, ми просто не маємо права.

Саме тому, ми почнемо з розмови про те, що таке медіа? Як вони склалися? Який шлях пройшли медіа за час розвитку? Якими вони були раніше, як існували, де вони зараз і що їх може очікувати у майбутньому?

Що означає слово грецького походження «медіа»? Багатьом воно відомо з інших однокорінних слів. Наприклад, є такий предмет, який називається медіатор. Це така невеличка пластинка, яку музикант бере у руку, щоб передати рух на струни.

От у цьому невеличкому предметі, власне і є сутність медіа. Медіа означає «передавати».

Завжди наявні три компоненти у передачі інформації:

- той, хто передає інформацію (джерело інформації);
- той хто цю інформацію отримує, отримувач (реципієнт);
- канал передавання цієї інформації.

Вони і є ключовими у будь-якій медійній події: джерело - канал - отримувач.

Події, які відбуваються у світі, починають існувати для масової свідомості лише тоді, коли про це повідомляють медіа. У журналістів є приказка: «Доки ми про це не написали, цього не відбулося». Звичайно, це трохи самовпевнено, але велика частка правди у цьому є.

Медіа у своєму розвитку пройшли дуже тривалий шлях.

Ми можемо стверджувати, що власне людину як таку створили медіа. Коли люди почали обмінюватися інформацією, передавати, сприймати її, це виразно відрізнило їх від навколишнього тваринного світу. Отже, тридцять п'ять тисяч років тому вже існували медіа. Ці медіа були суто усними, тобто люди просто одне одному переповідали, жодним чином не фіксуючи свої оповіді або іншу інформацію. Цей етап розвитку людства називають **доаграрною епохою**, бо тоді люди ще задовольнялися лише тим, що давало їм навколишнє середовище, не вміючи обробляти землю.

Наступним етапом стала **аграрна епоха**, коли людина навчилася обробляти землю, і згодом, передавати інформацію на певному носії. На глиняних табличках Хамурапі, вузликівим письмом індіців Центральної Америки, ієрогліфічною письменністю в Китаї та Японії тощо.

Цей період тривав приблизно до п'ятнадцятого-шістнадцятого сторіччя уже нашої епохи, коли почався індустріальний розвиток – **індустріальної епохи**. Розвиток техніки та промисловості вимагав від людства швидкої передачі великих обсягів інформації. Цей період ми пов'язуємо з винаходом друкарства.

Йоган Гутенберг, який винайшов принцип зафіксувати літери у набірній касі, перевернув наш світ. До цього винаходу книжки переписувалися від руки, тому були надзвичайно дорогими і їх було дуже мало. Їх могли собі дозволити придбати лише дуже багаті люди.

Завдяки винаходу Гутенберга стало можливим швидко і дуже якісно друкувати велику кількість книжок. Саме книжкове друкарство дозволило широко розповсюджувати важливу інформацію.

Усі різновиди медіа, які з'явилися до другої половини двадцятого сторіччя були аналоговими. Приблизно тридцять років тому почалася нова епоха, в якій ми зараз з вами живемо – **цифрова або постіндустріальна епоха**. Вона вирізняється, насамперед, тим, що медіа стали дуже зав'язаними на сучасну технологію, на електроніку, на передачу сигналу у цифровому вигляді. Головне у цифрову епоху – інформація передається, насамперед, у вигляді цифрового сигналу, тобто послідовності певних кодів.

Вплив медіа на суспільство. Вотергейт

Для багатьох людей, які цікавляться історією розвитку медіа, журналістики є кілька знакових подій, які дуже сильно визначили вплив медіа на сучасний світ. Згадаємо лише про дві з них, які найсильніше вплинули на те, що відбувається у світі. Вони є класикою медійного впливу у сучасному суспільстві.

У 1972 році у США відбулися президентські вибори, на яких переміг республіканець Річард Ніксон. Під час його досить агресивної кампанії сталася одна дуже цікава та не вельми приємна для Ніксона подія. Співробітники його штабу (до речі, до цього часу точно не відомо, чи знав про це Ніксон) вночі вдерлися до штабу кандидатів від демократичної партії у готелі «Вотергейт» і намагалися встановити там підслуховувальні пристрої. Поліція взяла їх «на гарячому», і почався дуже цікавий процес, коли влада в обличчі Ніксона намагалася все це приховати, зам'яти діло, а журналісти намагалися викрити всі події.

Журналісти з газети «Washington Post» Боб Вудворд та Карл Бернстайн не відступилися, коли їм казали: «Не чіпляйтеся до цієї справи, залиште її тут, все вже вирішено». Вони знайшли джерела, вони знайшли ланцюжки, за якими гроші з передвиборчої каси Річарда Ніксона потрапляли просто у руки до тих людей, яких захопили в готелі «Вотергейт».

І це спричинило величезний скандал в американських медіа, американському суспільстві. Наслідком цього скандалу стало те, що Ніксон - першим з американських президентів - змушений був подати у відставку. Це просто зразковий приклад того, як медіа можуть впливати на сучасну історію, і як вони забезпечують чесність і відкритість виборчого процесу, і врешті-решт чесність і відкритість політики.

За цими подіями навіть був знятий художній фільм «Вся президентська рать», де журналістів-розслідувачів грають Роберт Редфорд та Дастін Хоффман. Ця стрічка яскраво демонструє, як все це відбувалося.

Вотергейтський скандал став знаковим у медійному просторі, його досить часто згадують в різноманітних контекстах, дослідженнях та інших фільмах. Чудовий приклад ми бачимо у фільмі «Форрест Гамп»: сцена, у якій головний герой бачить, що до «Вотергейту» хтось вдерся, і дзвонить у поліцію.

Це був класичний приклад позитивного впливу медіа на суспільство.

Вплив медіа на суспільство. Руанда

На жаль, і зворотні приклади — приклади жакливого впливу медіа, коли вони слугують зброєю розпалювання ворожнечі. Розберемо відомий серед дослідників приклад Руанди.

Через двадцять років після Вотергейтського скандалу, у 1994 році, в центральноафриканській країні Руанда розгорівся міжетнічний конфлікт.

Населення Руанди складалося переважно з двох великих національних груп хуту і тутсі. Хуту займали переважно всі керівні пости у державі, переважали в поліції та в бізнесі. Звісно, це не подобалося іншим національним групам, в том числі і тутсі, які почали вимагали справедливішого доступу, більшої рівності між національностями. Але просто так владу ніхто не віддає, і хуту почали блокувати всі спроби тутсі побудувати справедливе суспільство. Через певний час цей спротив став кривавим. Хуту почали міжнаціональну різанину. Загибло дуже багато людей. За неповними підрахунками, бо точної статистики не маємо і донині, загинуло від п'ятисот тисяч до мільйона людей. Більшою частиною з них були тутсі.

В ролі каталізатора цих страшних подій виступили медіа — проурядова радіостанція Руанди «Вільне радіо і телебачення тисячі пагорбів». Це радіо, яке грало на націоналістичних почуттях населення Руанди, стало напрому закликати до вбивств, до переслідувань, до терору стосовно тутсі, і це призвело до тих страшних подій, про які згадують ще й зараз. Коли почалися міжнаціональні сутички, і з'явилися перші вбиті, «Вільне радіо і телебачення тисячі пагорбі» закликали в ефірі, звертаючись до хуту: «Ви проминули деяких ворогів. Ви повинні повернутися туди та покінчити з ними, могили ще не повні».

Фраза «Могили ще не повні» стала настільки відомою, що таку назву отримали роман та фільм, що висвітлюють жакливі події в Руанді 1994 року.

Після того, як міжнародні сили врешті взяли ситуацію під контроль і зупинили цей жакливий терор, постало завдання знайти та покарати тих, хто був дотичний до геноциду тутсі. В тому числі затримали і головного редактора, власника, журналістів, дикторів «Вільного радіо і телебачення тисячі пагорбі». Міжнародний трибунал визнав їх винними та засудив до великих термінів від 20 років до довічного ув'язнення.

Ця подія стала яскравим прикладом того, як медіа може розпалювати ворожнечу.

І тут є важливий момент, що демонструє наскільки цей вплив є вагомим.

У «Вільного радіо і телебачення тисячі пагорбі» було всього лише два передавача: досить потужний та другий, середньої потужності, на півночі країни. Руанда розташована у гористій місцевості. Як ми знаємо, радіохвилі розповсюджуються по прямій, і якщо приймач знаходиться десь у ущелині, у гірській долині, то прийом буде дуже поганий. І от що виявилось: дослідник з Гарвардського університету Девід Янагізава-Дротт з'ясував, що у тих місцевостях, де через особливості рельєфу передачі «Вільного радіо і телебачення тисячі пагорбі» приймалися погано або зовсім не приймалися, кількість загиблих була вдсятеро меншою, ніж там, де ці передачі приймалися впевнено. Цей висновок неодноразово перевірений та підтверджений.

Це був приклад негативного впливу медіа на суспільство. Ми побачили, як сказане у медіа слово може вбивати не гірше автомата. Саме тому розуміти, що таке медіа, як вони на нас впливають і як від цього впливу захиститися, надзвичайно важливо.

Вплив медіа на нас

Яким чином медіа можуть впливати на нас зараз?

Давайте проілюструємо цей щоденний вплив простим експериментом.

Щоранку ми йдемо до ванної кімнати чистити зуби. Скільки зубної пасти ви вичавлюєте на щітку? Більша частина респондентів різного віку кажуть про смужку пасти довжиною з поверхню щітки. Але на наступне запитання - скільки достатньо зубної пасти для того, щоб почистити зуби за рекомендацією лікарів - більшість відповідає: «маленька горошинка».

Тоді чому ж ми використовуємо так багато зубної пасти? Певно, ця звичка з'явилася через побачене в рекламі. Ви заходите в ванну кімнату, берете в руки тюбик зубної пасти, на якому намальована ця довга смужка. Ви йдете вулицею, бачите рекламний борд, або дивитесь телевізійну рекламу, і що ви бачите? Довгу смужку зубної пасти. Ви зазвичай навіть не усвідомлюєте, що ви це побачили, але образ вже закарбувався у вашій свідомості.

Використовуючи більше пасти, ви не покращуєте своє здоров'я та гігієну, а лише збільшуєте продажі пасти та прибуток її виробників.

Це був класичний приклад маніпуляції у рекламі. Але можна навести багато аналогічних. Наприклад, використання двох подушечок жуйки замість однієї і так далі.

Ми ще будемо окремо говорити про рекламу як різновид медіа та детально розберемо кілька рекламних роликів, а поки що треба усвідомити дуже важливу, дуже об'єктивну річ: інформацію, яку ми споживаємо, не завжди можна усвідомити. Дуже часто інформація проходить повз нашу увагу та фіксується на рівні підсвідомості.

Саме тому важливо усвідомити певні аксіоми медійного простору, перша з яких говорить нам, що людина завжди перебуває під потужним впливом медіа.

Завдання медіаосвіти

Як убезпечити себе від неякісного, негативного впливу медіа? Як отримувати з медіа лише корисну інформацію, адже ми живемо у інформаційному світі та просто виключити медіа зі свого життя не можемо.

В тому, щоб навчити громадян поводити себе відносно інформаційного тиску, інформаційного впливу, і полягає мета медіаосвіти. Медіаосвіта формує медіаграмотність.

Розберемо головні завдання медіаосвіти.

1. Надати розуміння природи інформації
2. Надати розуміння мети передачі повідомлення та зацікавлених у цій передачі сторін.
3. Захистити від медійних маніпуляцій.
4. Навчити вирізняти правдиве повідомлення від фейкового.
5. Надати можливості для творчості та самовираження людей.

Світовий та український досвід медіаосвіти

Отже, медіаосвіта формує медіаграмотну людину. Така людина розуміє сутність інформаційного потоку, вона усвідомлює, що постійно перебуває під інформаційним впливом, знає, що будь-яке повідомлення має джерело, має автора та має певну мету.

Як же навчитися розпізнавати ці медійні повідомлення, розпізнавати, коли відбувається маніпуляція, і що з цим зробити?

І тут виникає дуже цікаве запитання, яке нас відразу відсилає до світового та європейського досвіду, тому що, в силу об'єктивних причин, країни Радянського Союзу досить тривалий час були ізольовані від інформаційного суспільства.

Саме тому наша інформаційна революція почалася наприкінці 80-х років, коли впала «залізна завіса», і в країні дійсно почалися демократичні процеси. Але доти чимало країн вже усвідомили надзвичайну важливість медійної грамотності громадян і почали цілеспрямовано цим займатися цим ще у 60-70 роки ХХ століття.

Подивимося, як саме це відбувалось в різних країнах.

Ці підходи досить різноманітні. Вони спрямовані на певні національні особливості, враховують ментальність суспільства, мають якийсь історично визначений контекст. Наприклад, в Росії це розпочалося, насамперед, як кіноосвіта, а не медійна освіта в тому сенсі, як ми її розуміємо зараз. У США це, насамперед, вміння розуміти, якою є новина, тобто новинна грамотність. У Євросоюзі розглядають медіаграмотність, насамперед, як базовий елемент у сфері споживання аудіовізуальної інформації. Тобто якщо людина просто так, бездумно,

дивиться телебачення або читає газети, сторінки в інтернеті, то вона знаходиться у зоні ризику. Вона може підпасти під маніпуляцію, тоді будуть порушені її права. Концепція медіаосвіти у Європейському Союзі базується саме на захисті прав громадян. Крім того, в ЄС суттєва увага приділяється захисту інтелектуальних прав, інтелектуальної власності та сприянню формуванню громадянського суспільства.

А як розвивалася медіаосвіта в Україні? Подивимося у порівнянні з розвитком медіаосвіти у Європі, адже ці процеси дуже подібні, і в нас просто зсунуті за часом.

Основні віхи у Євросоюзі:

- Грюнвальдська декларація з медіаосвіти (1982).
- Резолюція ЮНЕСКО щодо розвитку критичної медіаосвіти (1989).
- Віденська конференція «Освіта для медіа та цифрового століття» (1999).
- Севільська конференція «Медіаосвіта молоді» (2002).
- Комюніке Єврокомісії «Європейський підхід до медіаграмотності у світі цифрових технологій» (2007).
- Резолюція Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрових технологій (2008).

Основні віхи в Україні:

- У 2011-2016 роках в Україні здійснювався пілотний проект з впровадження медіаосвіти, підтриманий Національною академією педагогічних наук та Міністерство освіти і науки.
- Розроблені програми, підручники та методичні посібники, робочі зошити для учнів.
- Головні ініціатори цих процесів:
 - Лабораторія масових комунікацій та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України (керівник – Любов Найдьонова).
 - Академія української преси (керівник – Валерій Іванов).
 - Детектор медіа (керівник – Діана Дуцик).

Рік тому Міністерство освіти і науки України видало Наказ №1199 від 18 серпня 2017 року «Про проведення всеукраїнського експерименту, за темою: «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі, масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» на базі освітніх закладів України».

Це фактично означає, що у кожній області України зараз є школи, де впроваджується медіаосвіта. Тобто - ви можете зв'язатися з людьми, які живуть і працюють поруч з вами, ви можете на сайті Міністерства освіти і науки та знайти програми, методичні рекомендації, підручники, інші розробки, які допоможуть впроваджувати медіаосвіту, якщо у вас виникне таке бажання.