

Література:

1. Зернецька, О. В. Новини VS. Новини. Виборча кампанія в новинних телепрограмах. Київ : ЦВП, 2005. 163 с.
2. Dijk T. A. van. News as discourse. Hillsdale, NJ: L. Erlbaum Associates, 1988. 216 p.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-375-0-3>

**SOCIALLY CREATIVE RULES AND NORMS
OF A RESPONSIBLE MEDIA SOCIETY****СОЦІОТВОРЧІ ПРАВИЛА І НОРМИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО
МЕДІАСУСПІЛЬСТВА****Kyianytsia Ie. O.**

*Candidate of Sciences in Social
Communications, Associate Professor,
Associate Professor Journalism
and Advertising Department
State University of Trade
and Economics,
Kyiv, Ukraine*

Кияниця Є. О.

*кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент,
доцент кафедри журналістики
та реклами,
Державний торговельно-економічний
університет
м. Київ, Україна*

Публічний дискурс на теренах медіаландшафту в умовах сьогодення вимагає від медійників (як професіоналів, так і аматорів) дотримання стандартів порядності, доброчесності, етики та моралі, адже саме від цього залежить не лише формування порядку денного, «інформаційних бульбашок», громадської думки тощо, а й ментальне та психологічне здоров'я суспільства. Відповідно, можна простежити певний зв'язок між медійною етикою та дотриманням засад оптимального способу медійного споживання, основа якого полягає в активному використанні компетентностей медіаграмотності.

Медіаетика має на меті забезпечення відповідальної, прозорої та здорової медійної практики задля сталого розвитку свідомого медіасуспільства. Тож, дотримуючись етичних стандартів, сучасні медійники сприяють формуванню пріоритетів, які мають відповідати принципам добробуту й розширення можливостей аудиторії для відповідального орієнтування в медіаландшафті та здорового використання інформації й технологій. Таким чином, медіаетика відіграє значну роль у формуванні медіаекології, яка слугує суспільним

інтересам і забезпечується медіаосвітою, про яку вперше заговорив канадський дослідник М. Маклюен у 60-х рр. минулого століття. Саме він запропонував концепцію «візуальної грамотності», спрямованої на адекватне сприйняття та розуміння мови аудіовізуальних образів [4, с. 42.]. Це сприяло розвитку у світі дискурсу про формування особливих *скілів*, що сприятимуть ефективному і свідомому споживанню інформації та спілкуванню зі ЗМІ. Нині медіаосвіті присвячено значну низку робіт як закордонних, так і вітчизняних учених, зокрема О. Волошенко, В. Іванова, Л. Кульчинської, Л. Найдьонові, Г. Онкович, М. Слюсаревського, Я. Фруктової. Їхні розвідки постійно знаходять своє відображення в документах ЮНЕСКО [5, с. 273–274]. Саме медіаграмотність допомагає представникам різних кіл громадськості зрозуміти складний зв'язок між медіаконтентом, медіаіндустрією та медіакультурою загалом (або її відсутністю). Це також спонукає ставити під сумнів мотиви трансльованих повідомлень і оцінювати їх на основі точності, об'єктивності та актуальності. Відповідно, критичний аналіз таких чинників, як медіавласність, журналістські стандарти, історична спадщина, мовне розмаїття, технологічний прогрес і зовнішній вплив, має вирішальне значення для розуміння медіасередовища та змін у суспільстві, які відбуваються через трансформації медіаландшафту, сформованого під впливом політичних, історичних та культурних подій.

Розвиток ефективної взаємодії споживачів із медіа можливий лише за умови уважності, критичного мислення та збалансованого підходу до інформації, рефлексії, саморегуляції та орієнтування в медіапросторі – саме такі засади становлять основу «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (ред. 2016 р.)». Окрім цього, в документі наголошено на укріпленні медіаімунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу та негативним інформаційним впливам, а також забезпечує можливість обирати потрібну інформацію [2, с. 12–13]. Отже, на наш погляд, формування медіаімунітету забезпечується не тільки шляхом особистісної медіаграмотності, повсюдної медіаосвіти та професійної медіаетики, а й завдяки дотриманню всіма представниками медіасуспільства засад медіагієни.

Медіагієна охоплює практики, які сприяють здоровим і збалансованим взаєминам, серед яких на рівні з медіаграмотністю можна зазначити і цифровий добробут, і діджитал-детокс, і поінформованість про конфіденційність, і баланс між онлайн та офлайн-спілкуванням. Тож усвідомлення принципів формування здорового медіасуспільства мотивує нас до детальнішого розгляду поняття «медіагієна», що має два основні складники.

Чимало дослідників розглядали поняття «медіа». Воно також наводиться у великій кількості джерел, як українських, так і закордонних. Зокрема, в Законі України «Про медіа» (№ 2710-IX від 03.11.2022 № 3136-IX від 30.05.2023) зазначено, що «медіа (засіб масової інформації) – засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою» [3]. Саме таке визначення якнайкраще дає змогу зрозуміти комунікаційну природу медіа й виснувати необхідність постійного оновлення знань у цій сфері. А повертаючись до поставленого завдання, яке полягає у визначенні взаємопов'язаності медіаграмотності, медіаетики та медіагігієни, вважаємо за потрібне розглянути й поняття «гігієна», яке є не менш важливим. Отже, гігієна (від грец. *ὑγιής* – здоровий) – наука, що вивчає вплив чинників довкілля на здоров'я, працездатність і тривалість життя, розробляє заходи з оздоровлення умов життя та праці, а також визначає й оцінює фактори ризику для здоров'я та обґрунтовує методи управління ними (режими праці та відпочинку, санітарні норми та правила) [1].

Враховуючи вищенаведене, ми можемо сформулювати загальне поняття медіагігієни, яке певною мірою відрізняється від терміна «інформаційна гігієна», адже останнє – це ширше поняття, яке охоплює не лише вплив інформації, а й технічний та технологічний вплив пристроїв, через які ми цю інформацію отримуємо. Ширший масштаб інформаційної гігієни передбачає не лише відповідальне використання медіа, але й відповідальне поводження, обмін та споживання інформації в різних формах, яка може включати текстовий, аудіовізуальний контент або будь-які дані, які можна передати. Інформаційна гігієна виходить за межі засобів масової інформації та розглядає загальне управління інформацією в епоху цифрових технологій, акцентуючи увагу на особистій цифровій безпеці та конфіденційності. Вона охоплює практики, пов'язані із захистом особистої інформації, уникненням шахрайства та обережністю щодо цифрових слідів. У свою чергу, медіагігієна насамперед зосереджена на відповідальному та етичному використанні комунікаційних каналів і платформ, як-от соціальні медіа, традиційні медіа (телебачення, радіо, газети), інтерактивні засоби масової комунікації, активуючи процеси міркування, пов'язані з якістю, точністю та етикою контенту, створеного та поширеного через ці канали. Відповідно, медіагігієна – це комплекс заходів, спрямованих на сприяння відповідальному, безпечному та здоровому споживанню та залученню медіа, запобіганню впливу інфодемічного контенту, метою яких є допомога в орієнтації у складному медіаландшафті, захист як особистісного, так і колективного добробуту, психологічного та

фізичного здоров'я та ухвалення обґрунтованих рішень. Ідеться про розуміння не лише трансльованого змісту, а й почуттів, які виникають у зв'язку з тим, як передається інформація масовій аудиторії та, відповідно, сприймається кожним індивідом.

Розглянувши дві основні, на наш погляд, реляції свідомого медіаспоживання, доходимо висновку, що вони спрямовані й на формування відповідального медіасупільства, яке надає пріоритет етичній поведінці, інклюзивності та добробуту як творців контенту, так і споживачів, адже створюють основу для медіаландшафту, що слугує суспільним інтересам і сприяє загальному покращенню стану соціуму. Звісно, сталий розвиток медіасупільства забезпечується не лише медіаграмотністю та медіагігієною, але набуття цих навичок точно сприятиме пришвидшенню стабілізації та європеїзації суспільства.

Література:

1. Гігієна : Енциклопедія Сучасної України / І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін. за ред. І. М. Дзюба. НАН України. НТШ. К.: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. 2006. URL: <https://esu.com.ua/article-29475> (Дата звернення 06.09.2023).
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдюнової, М. М. Слюсаревського. Київ. 2016. 16 с.
3. Про Медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (Дата звернення 06.09.2023).
4. McLuhan M. Understanding Media: Intentions of Man [Text] / M. McLuhan. N.Y. : McGraw-Hill, 1964. 318 с.
5. UNESCO Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. Education for the Media and the Digital Age. Vienna : UNESCO.1999. P. 273–274.