

УДК 070

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.1.11>**Еллен ЧАЙКУН**

аспірантка кафедри «Могилянська школа журналістики» Києво-Могилянської академії у Докторській школі імені родини Юхименків за спеціальністю журналістика (медіа та комунікації), вул. Іллінська, 9, м. Київ, 04070, Україна, e.chaikun@ukma.edu.ua
ORCID: 0000-0003-1226-5746

Ellen CHAIKUN

PhD student, «Mohyla school of journalism» of National University of Kyiv Mohyla Academy (Kyiv-Mohyla Academy Doctoral School) street Illinska, 9, Kyiv, 04070, Ukraine, e.chaikun@ukma.edu.ua
ORCID: 0000-0003-1226-5746

РОЛЬ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У БОРОТЬБІ З ІНФОДЕМІЄЮ**ROLE OF MEDIA LITERACY IN FIGHTING INFODEMIC**

Ця стаття містить якісний аналіз, який має намір висвітлити питання боротьби з неправдивою інформацією. Переглянуто матеріали щодо боротьби з феноменом надмірного поширення фейкових новин, проаналізовано наукову літературу з доказовими практиками.

Мета. Систематичний огляд літератури для виявлення нових практик проти фейкових новин. Більшість досліджень зосереджені на навчанні інформаційної грамотності в боротьбі з фейковими новинами. Ця стаття спрямована на обговорення таких практик для визначення їхньої ефективності.

Методологія. Було проведено систематичний огляд літератури, 32 статті, надруковані у 2020–2022 рр, з метою отримання відомих практик. Після категоризації практик було проведено якісний аналіз.

Наукова новизна. Цифрова медіаграмотність є новою ареною для реалізації стратегій боротьби з фейковими новинами. Тема актуальна через те, що ми живемо у час інформаційних революцій.

Поточні дебати все ще точаться навколо стратегій інформаційної грамотності для подолання фейкових новин. Тема зберігається і буде розвиватися в науковій літературі. У сучасному суспільстві необхідні додаткові дослідження з цієї теми, щоб надати практикам ефективні стратегії.

Висновки. Роль інформаційної грамотності у суспільстві досі залишається відкритою дискусією, але існує консенсус відносно того, що медіа повинні брати участь у партнерстві та бути частиною мультидисциплінарного підходу. Потрібно використовувати мультидисциплінарний підхід, адже феномену поширення надмірної кількості інформації фейкових новин не можна протистояти одним рішенням. Немає сумнівів, що явище інфодемії поширюється з кожним днем, тому світ повинен об'єднатися, щоб зробити людей грамотними, які б вміли відрізнити правдиву інформацію від фейкової, а також розуміти різницю між новинами та просто думками для кращого споживання медіаконтенту.

Ключові слова: інформаційна грамотність, інфодемія, дезінформація, місінформація, фейкові новини.

This article presents a qualitative analysis aimed at addressing the issue of combating false information. Materials on combating the phenomenon of excessive dissemination of fake news were reviewed, and scientific literature on evidence-based practices was analyzed.

The aim of the study is systematic review of the literature to identify new practices against fake news. The results showed that most studies focus on teaching information literacy in the fight against fake news. This article aims to discuss these practices to determine their effectiveness.

Methodology. A systematic literature review of 32 articles, published between 2020–2022, was conducted to obtain known practices. After categorizing the practices, a qualitative analysis was performed.

Scientific novelty. Digital media literacy is a new arena for implementing strategies to combat fake news. The topic is relevant because we live in a time of information revolutions. Current debates still revolve around information literacy strategies to overcome fake news. The topic will continue to be developed in scientific literature. Additional research is needed on this topic in modern society to provide effective strategies for practices.

Conclusion. The role of information literacy in society remains an open discussion, but there is a consensus that the media should be involved in partnership and be part of a multidisciplinary approach. A multidisciplinary approach must be used because the phenomenon of excessive dissemination of fake news cannot be addressed by one solution. There is no doubt that the phenomenon of infodemic is spreading with each passing day, so the world must unite to make people literate, able to distinguish true information from fake and understand the difference between news and mere opinions for better consumption of media content.

Key words: information literacy, infodemic, misinformation, disinformation, fake news.

Постановка проблеми. За останні п'ять років фейкові новини стали гарячою темою наукових досліджень. Охорона здоров'я,

засоби масової інформації, політичні та соціальні дослідження є тими галузями, які серйозно пов'язані з аналізом цього явища.

Незважаючи на руйнування інформаційної монополії в останні десятиліття, люди зараз стикаються з інфодемією: «простіше кажучи, є надлишок інформації, хорошої і поганої. Разом це формує віртуальне цунамі даних та порад, що ускладнює пошук чітких повідомлень, надійних джерел та надійних вказівок, коли вони їм потрібні. Деякі з них просто збивають з пантелику, деяка дезінформація може бути активно шкідливою для життя» [1].

Цей інформаційний потік погіршує сценарій інформаційного безладу. У доповіді Ради Європи відображено три типи інформаційного безладу: «Місінформація – це коли неправдива інформація поширюється, але не має на увазі шкоди. Дезінформація – це коли неправдиве повідомлення свідомо поширюється, щоб завдати шкоди. Малоінформованість (Misinformation by Omission) – ситуація, коли важлива інформація забута або прихована з метою вплинути на громадську думку [3, с. 5].

Фейкова інформація під час пандемії у всьому світі генерувалася та поширювалася, як лісова пожежа. Люди стикалися з нестачею інформації і боялися проблем, пов'язаних із COVID-19. Надійні джерела, такі як ВООЗ, не мали конкретної інформації, тому існувала інформаційна порожнеча. Таким чином, коли інформації не було, з'являлася дезінформація, щоб заповнити вакуум. Інформаційний вакуум давав простір для дезінформації, і всілякі теорії змови конструювалися та поширювалися. Люди віряють у них через власне упередження. У теоріях комунікації це можна назвати «селективним сприйняттям».

У багатьох країнах політичне керівництво не розуміло, як взаємодіяти з людьми у цій ситуації, що призвело до інформаційної порожнечі. Так виникла лавина дезінформації, що стосувалася усіх сфер життя. Деякі з цих дезінформаційних даних генерувалися в одній частині світу і миттєво одним кліком миші доходили до мільярдів людей, які живуть в інших частинах світу та пов'язані один з одним через Інтернет.

Ось чому деякі гіганти цифрового світу виступили з певними ініціативами для боротьби з дезінформацією. Для прикладу, 2 квітня 2020 року Google запустив ряд ініціатив з новинними організаціями по всьому світу, спрямованими на боротьбу з медичною дезінформацією.

Основна проблема поширення дезінформації, особливо під час пандемії COVID-19, полягає в тому, що, незважаючи на неправдиву інформацію, вона «не була створена з наміром завдати шкоди іншим. Дезінформа-

цію часто починає поширювати хтось, хто щиро хоче зрозуміти тему і піклується про безпеку та здоров'я інших людей. Потім нею діляться інші, які відчувають те ж саме. Усі вважають, що діляться хорошою інформацією, але, на жаль, це не так. І залежно від того, що поширюється, місінформація може виявитися досить шкідливою» [11]. Набагато небезпечнішою є дезінформація – «навмисно оманлива інформація» [19] – «неправдива інформація, створена з наміром отримати від неї прибуток або заподіяти шкоду. Ця шкода може бути завдана людині, групі людей, організації або навіть країні.

Лім визначає фейкові новини як «навмисно оманливу та упереджену представницьку інформацію на користь відправника повідомлення, неправдиву інформацію з поєднанням або без поєднання одного чи кількох компонентів пропущеної важливої інформації, деконтекстуалізованого вмісту, оманливих заголовків або клікбейту» [14, с. 2–3]. Ці традиційні та авторитетні елементи були оскаржені наслідками плюралізму, які так чи інакше посилюються соціальними медіа. Парадокс, оскільки фейкові новини є частиною демократичного життя і водночас глибоко антидемократичними. Таким чином, вони виявляють більші проблеми, такі як перетворення інформації на зброю, традиційна медіакриза та технологічна нездатність контролювати поширення дезінформації [25]. Загалом, фейкові новини є серйозною загрозою для інформаційних екосистем, оскільки істина більше не пов'язана з авторитетом, досвідом чи реальними фактами, вона пов'язана з інтерпретацією, сприйняттям, емоціями та почуттями [4].

«Надмірне споживання інформації, що підживлюється Інтернетом, породило так зване суспільство «постправди», в якому люди споживають інформацію, що підтверджує їхні уже існуючі переконання та ідеології, вони не намагаються подолати складне завдання з виявлення істини» [7].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сандер Л. ван дер Лінден, професор соціальної психології, досліджує соціальні мережі. На його думку, дезінформацію можна спростувати актуальним способом, наприклад знання фундаментальної науки може допомогти розв'язати дезінформацію за допомогою логіки [22].

Інша модель, що стосується створення та поширення фейкових новин, була розроблена американськими дослідниками. Було визначено декілька факторів, які можуть вплинути на вибір користувачами інформації щодо її

обміну або перевірки. Освітній вимір, що включає критичне мислення та інформаційну грамотність, є лише одним із цих факторів, тому недоцільно покладатися тільки на один аспект, якого, імовірно, недостатньо для боротьби з поширенням дезінформації. Визнаючи надмірний акцент на актуальності інформаційної грамотності та слабкий вплив одноразових навчальних уроків, автори наполягають, що «кращою альтернативою були б довші, інтенсивніші курси» [23].

Існує ще один погляд на цю тему. Науковиця Ніколь Кук захищала право людей бути дезінформованими, вимагаючи від професіоналів інформатики «змінити педагогічний підхід до навичок, орієнтованих на громаду, і сподіватися, що люди набудуть необхідних навичок для прийняття власних обґрунтованих рішень щодо новин, які вони споживають» [4].

Інформаційна грамотність не означає повного розриву зв'язку між освітньою місією та іншими стратегіями. Два канадських дослідники запропонували розширити освіту з інформаційної грамотності «зусиллями з автоматизації (тобто розробленням та впровадженням допоміжних технологій для автоматичного виявлення різних «фейків» у новинах) і регулюванням (тобто урядовими обмеженнями та галузевим «контролем» поширення новин)» [6].

Без даних про вплив не можна підтримувати інформаційну грамотність як реальне рішення, тому боротьба за пошук альтернатив залишається відкритою, а стратегії інформаційної грамотності потребують широкого розвитку [18].

Формулювання мети статті. Ця стаття мала на меті провести систематичний огляд літератури для виявлення практик проти боротьби з надлишком інформації та фейковими новинами. Таким чином, спробуємо дослідити і запропонувати рішення проблеми потоку фейкової інформації загалом та інфодемії зокрема. Буде обговорено дебати між використанням технологічних інструментів та розшифруванням повідомлень за допомогою сили медіаграмотності для боротьби з фейковою інформацією. Ми будемо намагатися знайти можливий вихід на основі існуючої літератури. Це дослідження має на меті оцінити роль інформаційної грамотності у протидії інфодемії, дезінформації та визначити попередні практики, обговорити їх ефективність.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усім відомо, що інформація – це сила, вона допомагає формувати та органі-

зовувати наше повсякденне життя, а також підтримувати демократичні інститути. Але її передозування схоже на отруту, яка калічить людей.

У загальному розумінні можна сказати, що фактор страху у поєднанні з фейковими новинами у соціальних мережах створює інфодемію. У результаті під час карантину було зафіксовано величезну кількість фейкових новин. Уряди, засоби масової інформації, сайти соціальних медіа, медіашколи, громадянське суспільство все ще борються з цією проблемою.

Існують різні причини такої ситуації: люди не звикли шукати справжній контент; вони схильні вірити всьому, що легко приходить до них, тощо. Фейковий інформаційний вірус настільки потужний, що за даними дослідження 2018 року, фейкова інформація доходить до 1500 осіб набагато швидше, ніж правдива інформація [13].

Генеральний директор ВООЗ доктор Тедрос Адханом Гебрейесус на конференції у Мюнхені 15 лютого 2020 року сказав: «Ми не просто боремося з епідемією, ми боремося з інфодемією» [11]. Ця інфодемія викликала у людей більше страху, ніж сама пандемія.

Деякі вчені намагалися дати визначення цього поняття:

Інфодемія як «надмірна кількість інформації про проблему, що ускладнює її вирішення. Кінцевим результатом є те, що стурбованим людям важче відрізнити доказову інформацію від широкого спектру ненадійної дезінформації» [17]. Це визначення наголошує на великій кількості інформації. Таким чином, якщо існує її надмірний потік, багато недостовірної інформації обов'язково генерується і циркулює у цьому потоці, який нам потрібно фільтрувати.

Словник лексики на сайті оксфордського словника дає таке визначення інфодемії: інфодемія – надмірна кількість інформації про проблему, яка є, як правило, ненадійною, швидко поширюється та ускладнює досягнення рішення [9].

Хоча всі міжнародні цифрові гіганти проводять кампанії, щоб інформувати людей стосовно фейків та їх спростування за допомогою таких інструментів, як зворотний пошук зображень Google, єдиним довгостроковим рішенням для нейтралізації інфодемії є медіаграмотність. Якщо аудиторія не стане зрілою та не розвине здібності розшифровувати медіаповідомлення, проблеми фейкової інформації продовжуватимуть переслідувати її.

Ми повинні усвідомлювати, що інформація, яку ми отримуємо щодня через вели-

чезну мережу ЗМІ, хоч і здається простою і легкою для розуміння, насправді створена складною аудіовізуальною «мовою». Мовою слова, картинок, музики. Нею можна висловлювати багатозарові поняття та уявлення про навколишній світ. Ця мова також може бути використана для створення помилкових ідей та уявлень, оскільки спочатку все може бути неочевидним. Образи пролітають повз око і залишаються у глибинах нашого розуму. Якщо ми хочемо мати можливість орієнтуватися у житті через цю мультимедійну культуру, потрібно вільно «читати» мову зображень та звуків так само, як ми завжди могли читати і писати друкованою мовою.

Медіаграмотність має на меті допомогти поглянути на медіадосвід з різних точок зору, що також включає власну думку про медіаповідомлення. Вона не забороняє взаємодіяти зі ЗМІ, а лише вчить бути обережними, розуміти та критично мислити.

Виходячи з виявлених проблем, це дослідження розглядає таке питання: які стратегії медіаграмотності є ефективними для боротьби надлишком інформації та фейковими новинами? Для цього було проведено систематичний огляд літератури за останні два роки, що передбачає критерії відбору дослідження, призначені для виявлення тих первинних досліджень, які надають прямі докази щодо визначеного питання. Головною умовою було виявлення останніх досліджень, які повідомляють або обговорюють практику боротьби проти фейкових новин.

Систематичний пошук використовував комбінацію пошукових термінів, що охоплюють поняття інформаційної грамотності у боротьбі проти інфодемії та дезинформації. Обрані бази даних розглядалися насамперед через їх важливість, актуальність та якість (Web of Science і Scopus). Пошукові терміни використовувалися лише англійською мовою.

Усього було отримано 32 статті. Після цього було прочитано всі назви статей та тези, а також проведено оцінювання їх відповідності дослідницькому питанню. Після вилучення даних було проаналізовано остаточний набір із 20 документів.

Намагаючись виявити емпіричні докази ролі інформаційної грамотності у боротьбі з фейковими новинами, ми помітили прогалину, яка ставить під сумнів ефективність інформаційної грамотності. Навчання інформаційної грамотності є недостатнім, але поки не зрозуміло, що може бути більш ефективним. На думку американського дослідника, Джейсона Янга, підходи, орієнтовані на медіаграмотність, як правило, подобаються чле-

нам громади, які вже мають навички розпізнавання дезинформації [24].

Перш за все, важливо вийти за рамки традиційного навчання інформаційної грамотності та дозволити самоусвідомлення поведінки пошуку інформації й аналізу: «Вже недостатньо аналізувати лише джерела інформації. Натомість інформаційну грамотність слід викладати як динамічний досвід і процес» [16].

Google є найбільш використовуваним джерелом для перевірки точності інформації. Після нього ідуть друзі та члени сім'ї: «внутрішні (наприклад, уподобання чи поширення публікації), зовнішні (наприклад, пошук думки експертів) та технологічні фактори (наприклад, викриття фейкових новин) можуть позитивно чи негативно сприяти сприйнятливості фейкових новин» [12, с. 12].

Більше того, не реально підтримувати право на інформацію, коли «велика її кількість є потенційно неправдивою та шкідливою» [15, с. 7–8]. Щоб підтримати цінність істини, «інформаційна гігієна повинна бути прищеплена всім громадянам з раннього віку. Подібно до того, як дітей вчать щодня чистити зуби і мити руки, ми повинні вчити їх не вірити всьому, що їм говорять, розпізнавати надійні і ненадійні джерела інформації, не повторювати інформацію». Однак іноді культура прищеплює членам суспільства слабке усвідомлення використання істини, неможливості відокремити те, що є істинним, від того, що догматично оголошено істинним» [15, с. 10–11].

Інформаційна грамотність концептуалізується як соціально-політична навичка, а інформація повинна критично оцінюватися як продукція суспільства. Це вже не питання пошуку, оскільки окремі особи є користувачами та споживачами, «здатність критично оцінювати інформацію була першорядною, оскільки розуміння інформації стало рушійною силою більшості економік [6].

Соціальні медіа змінили інформаційний ландшафт. Вони стали живильним середовищем для фейкової інформації. Засоби масової інформації, якими ми сьогодні оточені та в які занурені, – це соціальні медіа, побудовані переважно соціальними мережами, такими як Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube тощо. Вважається, що термін «соціальні медіа» з'явився у 1990-х роках і вперше був використаний для тих веб-сервісів, де була можлива онлайн-взаємодія. В основному технологічний підхід розглядав web 2.0 як «парасольковий» термін для визначення усіх типів соціальних медіа, оскільки він забезпечував

інтерактивність, доступність і продуктивність для усіх виробників та споживачів.

Визначення соціальних медіа зосереджуються лише на трьох атрибутах: 1) вони засновані на Інтернеті; 2) надають людям засоби для зв'язку і взаємодії з контентом та іншими користувачами; 3) надають користувачам засоби для створення і розповсюдження контенту на відповідних платформах. Третій атрибут дозволяє будь-кому публікувати будь-що у соціальних мережах. Тут криється величезна можливість розміщення невідомої інформації без будь-якої перевірки фактів та її фільтрації [19].

«Останні десять років були визначені подвійними технологічними збоями мобільних та соціальних медіа, які фрагментували увагу, підривали бізнес-моделі, засновані на рекламі, та послаблювали роль журналістських посередників». Одним з основних результатів цього подвійного технологічного прориву є світ інфодемії/дезінформації/постправди [8].

В Інтернеті взаємодіє величезна кількість населення, яке обмінюється даними в режимі реального часу. Грег Хоучмут, один з інженерів-засновників Instagram, розумів, що створює двигун для наркоманії. «Завжди є ще один хештег, на який можна натиснути», – сказав Хоучмут. – Тоді він набуває власного життя, як організм, і люди можуть стати нав'язливими» [10, с. 1].

Instagram, як і багато інших платформ соціальних мереж, бездонний. Facebook також має нескінченну стрічку. Netflix автоматично переходить до наступного епізоду серіалу. Tinder заохочує користувачів продовжувати гортати в пошуках кращого варіанту. За словами Трістана Харріса, фахівця з етики дизайну, проблема не в тому, що людям не вистачає сили волі, а в тому, що «по той бік екрану є тисяча людей, які намагаються зламати нашу саморегуляцію. Багато дезінформації насправді поширюється зверху вниз: політики, знаменитості та видатні люди генерують відсоток дезінформації небагато невеликий, але на припадає великий відсоток залучення у соціальних мережах, тому що ці люди дуже впливові. Потрібно залучити таких людей до боротьби з фейками.

Сучасні платформи соціальних медіа, наприклад Facebook, пропонують різні способи взаємодії людей, включаючи соціальну діяльність, обмін миттєвими повідомленнями, фотографіями, потокове відео та обмін новинами і статтями. Це результат власного вибору людей через психологічні тенденції, а також рекомендаційні

системи на основі штучного інтелекту, які спрямовані на надання користувачам контенту, який їм, імовірно, сподобається. Деякі фахівці стверджують, що відсутність критики думок та посилення радикальних ідей віртуальними ехокамерами, які створили соціальні медіа, сприяють поширенню дезінформації [21]. Така екосистема соціальних медіа забезпечує належне живильне середовище для генерування та розповсюдження фейкової інформації.

Соціальні медіаплатформи, такі як YouTube і Twitter, надають прямий доступ до безпрецедентної кількості контенту і можуть поширювати чутки та сумнівну інформацію. Враховуючи уподобання і ставлення користувачів, алгоритми опосередковують та полегшують просування контенту і, таким чином, поширення інформації.

Боротьба з дезінформацією дуже важлива. Вона може бути досить складною, оскільки на момент виявлення правди неправдива інформація могла уже завдати великої шкоди, охопивши максимальну кількість людей.

Медіаграмотність – це не чарівна паличка, вона не може миттєво розв'язати проблему дезінформації. Вона може бути вирішена двома типами стратегій – короткостроковою і довгостроковою політикою. У короткостроковій стратегії експерти в галузі охорони здоров'я та журналісти повинні пройти певну підготовку, щоб зрозуміти, як працює екосистема дезінформації, хто який контент виробляє і чому він стає вірусним, як працюють алгоритми. Такий вид навчання необхідний журналістам сьогодні. Деякі навчальні програми з медіаграмотності включають усі ці компоненти, тому журналістам було б важливо пройти таку програму також. Однак у довгостроковій перспективі це може призвести до того, що ми будемо скептично ставитися до всіх типів інформації.

Програма з медіаграмотності має бути частиною програми сертифікації вчителів, вона має бути обов'язковою для усіх вчителів шкіл та коледжів. Щоб стати вчителем, потрібно отримати сертифікат з медіаграмотності. Існує різниця між незнанням, що таке нездорова їжа, і вживанням нездорової їжі, знаючи, що вона нездорова. У випадку дезінформації ми перебуваємо на тій стадії, коли люди навіть не знають, що таке здорова і нездорова їжа, тому необхідні програми обізнаності.

Обговорення. Деякі автори посилаються на необхідність тісного партнерства з науковими колами, щоб допомогти у розробленні інструментів та методів оцінювання стратегій інформаційної грамотності у боротьбі з

фейками [3]. Необхідно знайти нові рішення і переоцінити старі методи.

Для багатьох пандемія COVID-19 стала тригером і попередженням про явища дезінформації. Існує загальне погодження того, що слід враховувати здібності критичного мислення та усвідомлення когнітивного фактора, що впливає на дезінформаційну поведінку.

Стратегії інформаційної грамотності займають центральне місце у відповіді на виклики інфодемії, але попереду інші шляхи, такі як автоматичні пристрої, системи виявлення фейкових новин та мобільні додатки для перевірки фактів.

Поточні дебати все ще точаться навколо стратегій інформаційної грамотності. Вони мають на меті повторити оцінювання джерел на основі авторитету проти виклику розпізнати емоційну реакцію на фейкові новини у світі постправди.

Стосовно питання дослідження було отримано позитивну відповідь. Основне обмеження цього дослідження стосується пошуку інформації, оскільки було прийнято рішення шукати попередні статті за ключовими словами «інформаційна грамотність у боротьбі з інфодемією». Ці пошукові терміни могли би бути розширені, щоб включити різні поняття, пов'язані з інформаційною грамотністю. Майбутні дослідження повинні розробити нові стратегії пошуку та сприяти диверсифікації термінів пошуку інформації.

Висновки. Виклики інфодемії є довгостроковими, вони не закінчаться найближчим часом, оскільки люди генерують та інформують про її циркуляцію більше, ніж можуть спожити. Аналізуючи точки зору різних людей, можна сказати, що більшість експертів, передових працівників, зацікавлених сторін погоджуються, що медіаграмотність є єдиним довгостроковим вирішенням проблем, подібних до інфодемії. Однак деякі з них підкреслили різноманітність дезінформації та запропонували обробляти її в кожному конкретному випадку зі спільним підходом.

Необхідний широкий розвиток програмування інформаційної грамотності. Було представлено деякі моделі, пов'язані з дезін-

формацією, які виявили обмеження розгляду навчання інформаційної грамотності як єдиного рішення.

Медіаграмотність передбачає вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, успішно здобувати необхідну інформацію і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати та критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, розкривати технології створення й інтерпретації інформації.

Інфограмотність займає важливе місце у боротьбі з фейками, хоча відсутність оцінки її впливу зберігається. Тим не менш, інші огляди літератури підтверджують ефективність практик з інформаційної грамотності у боротьбі з фейковими новинами: формальне та неформальне навчання (бібліотечні посібники, курси інформаційної грамотності, навчальні посібники тощо).

Потрібен підхід усього суспільства до медіаграмотності. Це робота не тільки журналіста чи ЗМІ, до неї має бути залучене все суспільство. Кожен сектор суспільства повинен сприяти розумінню та розвіюванню дезінформації. Деякі дослідники вказали на те, що фейкові новини та неточна інформація можуть поширюватися швидше і ширше, ніж новини, засновані на фактах.

Попередні результати показали, що більшість досліджень зосереджені на навчанні інформаційної грамотності. Простіше кажучи, основна дискусія точиться між тими, хто впевнений, що за допомогою навчання інформаційної грамотності можна здобути необхідні компетенції та навички: зміцнити здатність оцінювати, уникати та не поширювати фейкові новини через аналіз і оцінювання джерел. Інші ставлять під сумнів інформаційну грамотність, адже існує феномен постправди, який передбачає емоційний та когнітивний виміри, виходить далеко за межі сфери навичок пошуку й оцінювання інформації, стверджуючи, що вплив інформаційної грамотності вивчено недостатньо.

Література:

1. An ad hoc WHO technical consultation managing the COVID-19 infodemic: call for action. World Health Organization, 2020.
2. By Claire Wardle PhD and Hossein Derakhshan With research support from Anne Burns and Nic Dias. Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. 2017. 90 p.
3. Cooke N. A. A right to be misinformed? Considering fake news as a form of information poverty. *Advances in librarianship*. 2021. P. 45–60. URL: <https://doi.org/10.1108/s0065-283020210000050002>
4. Cooke N. A. Fake news and alternative facts: information literacy in a post-truth era. Chicago : ALA Editions, 2018.

5. Delellis N. S. & Rubin V. L. COVID-19 #vaccineskill, and social media censoring: how librarians and educators can combat fake news and misinformation. against the grain. 2020.
6. De Paor S., Heravi B. Information literacy and fake news: how the field of librarianship can help combat the epidemic of fake news. *The journal of academic librarianship*. 2020. Vol. 46, no. 5. P. 102218. URL: <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102218>
7. How can psychological science help counter the spread of fake news? / S. van der Linden et al. *The spanish journal of psychology*. 2021. Vol. 24. URL: <https://doi.org/10.1017/sjp.2021.23>
8. <https://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2020/>
9. <https://www.lexico.com/en/definition/infodemic>
10. <https://www.mattwkane.com/wp-content/uploads/2020/01/Irresistible.pdf>
11. Immunizing the public against misinformation. *World Health Organization (WHO)*. URL: <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/immunizing-the-public-against-misinformation>
12. Information Literacy. Retrieved December 8, 2020, from https://onlinecourses.swayam2.ac.in/nou20_ge09/unit?unit=31&lesson=32
13. Kleinman B. Z. Fake news ‘travels faster’, study finds. *BBC News*. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-43344256>
14. Lim S. Academic library guides for tackling fake news: a content analysis. *The journal of academic librarianship*. 2020. Vol. 46, no. 5. P. 102195. URL: <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102195>
15. Lor P., Wiles B., Britz J. Re-thinking information ethics: truth, conspiracy theories, and librarians in the COVID-19 era. *Libri*. 2021. Vol. 71, no. 1. P. 1–14. URL: <https://doi.org/10.1515/libri-2020-0158>
16. Mignardi D., Sturge J. Check your bias at the school library door: the power of the school librarian in an evolving information landscape. *Hope and a future: perspectives on the impact that librarians and libraries have on our world*. 2021. P. 13–22. URL: <https://doi.org/10.1108/s0065-283020210000048002>
17. Naem S. B., Bhatti R. The Covid-19 ‘infodemic’: a new front for information professionals. *Health information & libraries journal*. 2020. Vol. 37, no. 3. P. 233–239. URL: <https://doi.org/10.1111/hir.12311>
18. Revez J., Corujo L. Librarians against fake news: a systematic literature review of library practices (jan. 2018–sept. 2020). *The journal of academic librarianship*. 2021. Vol. 47, no. 2. P. 102304. URL: <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102304>
19. Social media, political polarization, and political disinformation: a review of the scientific literature / J. Tucker et al. *SSRN electronic journal*. 2018. URL: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
20. Søe S. O. A unified account of information, misinformation, and disinformation. *Synthese*. 2019. URL: <https://doi.org/10.1007/s11229-019-02444-x>
21. The role of libraries in misinformation programming: a research agenda / J. C. Young et al. *Journal of librarianship and information science*. 2020. P. 096100062096665. URL: <https://doi.org/10.1177/0961000620966650>
22. Toward a comprehensive model of fake news: a new approach to examine the creation and sharing of false information / A. P. Weiss et al. *Societies*. 2021. Vol. 11, no. 3. P. 82. URL: <https://doi.org/10.3390/soc11030082>
23. What we are talking about when we talk about social media: a framework for study / J. W. Treem et al. *Sociology compass*. 2016. Vol. 10, no. 9. P. 768–784. URL: <https://doi.org/10.1111/soc4.12404>
24. “Who is gullible to political disinformation?”: predicting susceptibility of university students to fake news / R. P. Bringula et al. *Journal of information technology & politics*. 2021. P. 1–15. URL: <https://doi.org/10.1080/19331681.2021.1945988>
25. Zimdars M., McLeod K. Fake news: understanding media and misinformation in the digital age. MIT Press, 2020. 416 p.

References:

1. *An ad hoc WHO technical consultation managing the COVID-19 infodemic: Call for action*. (2020). World Health Organization.
2. Bringula, R. P., Catacutan, A. E., Garcia, M. B., Gonzales, J. P. S., & Valderama, A. M. C. (2021). “Who is gullible to political disinformation?”: Predicting susceptibility of university students to fake news. *Journal of Information Technology & Politics*, 1–15. doi:10.1080/19331681.2021.1945988
3. By Claire Wardle PhD and Hossein Derakhshan With research support from Anne Burns and Nic Dias. (2017). 3. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (F-67075 Strasbourg Cedex).
4. Cooke N. A. (2018). *Fake news and alternative facts: Information literacy in a post-truth era*. Chicago: ALA Editions.
5. Cooke, N.A. (2021). A right to be misinformed? Considering fake news as a form of information poverty. *Y Advances in librarianship* (c. 45–60). Emerald Publishing Limited. doi:10.1108/s0065-283020210000050002
6. Delellis N. S. & Rubin V. L. (2020). *COVID-19 #vaccineskill, and social media censoring: How librarians and educators can combat fake news and misinformation. against the grain*.

7. De Paor, S., & Heravi, B. (2020). Information literacy and fake news: How the field of librarianship can help combat the epidemic of fake news. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102218. doi:10.1016/j.acalib.2020.102218
8. <https://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2020/>
9. <https://www.lexico.com/en/definition/infodemic>
10. <https://www.mattwkane.com/wp-content/uploads/2020/01/Irresistible.pdf>
11. Immunizing the public against misinformation. From <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/immunizing-the-public-against-misinformation>
12. Information Literacy. Retrieved December 8, 2020, from https://onlinecourses.swayam2.ac.in/nou20_ge09/unit?unit=31&lesson=32
13. Kleinman, B. Z. (2018, 9 березня). Fake news ‘travels faster’, study finds. From <https://www.bbc.com/news/technology-43344256>
14. Lim, S. (2020). Academic library guides for tackling fake news: A content analysis. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102195. doi:10.1016/j.acalib.2020.102195
15. Lor, P., Wiles, B., & Britz, J. (2021). Re-thinking information ethics: Truth, conspiracy theories, and librarians in the COVID-19 era. *Libri*, 71(1), 1–14. doi:10.1515/libri-2020-0158
16. Mignardi, D., & Sturge, J. (2021). Check your bias at the school library door: The power of the school librarian in an evolving information landscape. *У Hope and a future: Perspectives on the impact that librarians and libraries have on our world* (с. 13–22). Emerald Publishing Limited. doi:10.1108/s0065-283020210000048002
17. Naeem, S. B., & Bhatti, R. (2020). The Covid-19 ‘infodemic’: A new front for information professionals. *Health Information & Libraries Journal*, 37(3), 233–239. doi:10.1111/hir.12311
18. Revez, J., & Corujo, L. (2021). Librarians against fake news: A systematic literature review of library practices (jan. 2018–sept. 2020). *The Journal of Academic Librarianship*, 47(2), 102304. doi:10.1016/j.acalib.2020.102304
19. Søe, S. O. (2019). A unified account of information, misinformation, and disinformation. *Synthese*. doi:10.1007/s11229-019-02444-x
20. Treem, J. W., Dailey, S. L., Pierce, C. S., & Biff, D. (2016). What we are talking about when we talk about social media: A framework for study. *Sociology Compass*, 10(9), 768–784. doi:10.1111/soc4.12404
21. Tucker, J., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., ... Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.3144139
22. van der Linden, S., Roozenbeek, J., Maertens, R., Basol, M., Kácha, O., Rathje, S., & Traberg, C. S. (2021). How can psychological science help counter the spread of fake news? *The Spanish Journal of Psychology*, 24. doi:10.1017/sjp.2021.23
23. Weiss, A. P., Alwan, A., Garcia, E. P., & Kirakosian, A. T. (2021). Toward a comprehensive model of fake news: A new approach to examine the creation and sharing of false information. *Societies*, 11(3), 82. doi:10.3390/soc11030082
24. Young, J. C., Boyd, B., Yefimova, K., Wedlake, S., Coward, C., & Hapel, R. (2020). The role of libraries in misinformation programming: A research agenda. *Journal of Librarianship and Information Science*, 096100062096665. doi:10.1177/0961000620966650
25. Zimdars, M., & McLeod, K. (2020). *Fake news: Understanding media and misinformation in the digital age*. MIT Press.