

© Г. Г. Поберезська, канд. пед. наук, доцент,  
КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, Україна

## КУЛЬТУРА СПРИЙМАННЯ ТА АНАЛІЗУ МЕДІАТЕКСТІВ ПОПУЛЯРНИХ ВИДАНЬ МЕДИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

**У статті проаналізовано поняття медіакультури, медіасприймання. Узагальнено та систематизовано етапи сприймання медіатекстів неспеціалізованої преси медичної тематики, типи медіаспоживачів за рівнем сприймання.**

**Розглянуто склад вітчизняних популярних газет і журналів медичного спрямування станом на 2019 рік. Описано мотивацію до споживання такої медіапродукції, проблеми у сприйманні читачів популярних видань медичної тематики; вплив медіасприймання на емоційну, поведінкову сфери, світогляд медіаспоживачів.**

**Ключові слова: медіакультура; медіасприймання; медіаграмотність; медіаобізнаність; критичне мислення; медіатекст.**

### **Постановка проблеми**

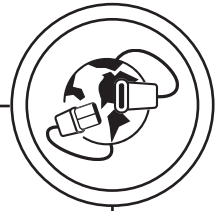
У сучасному суспільстві збільшення обсягів інформації й необмежений доступ до неї у негативному прояві призводить до формування медіаспоживачів із кліповою свідомістю та мозаїчним мисленням, які лише уривчасто, поверхово сприймають різноформатну інформацію та мають слабо розвинені навички критичного аналізу. Брак культури сприймання інформації потребує виховання компетентного читача, формування його особистісної медіакультури.

Поширення соціально важливої інформації, що стосується питань здоров'я, у популярних виданнях медичної тематики, з одного боку, покладає велику від-

повідальність на ЗМК за культуру передання інформації, з іншого — потребує розвитку у пересічного читача розвиненого медіасприймання, критичного осмислення великих потоків інформації, уміння вибирати потрібну, корисну інформацію для задоволення власних потреб.

Медіатексти неоднозначно впливають на свідомість медіаспоживачів, формування системи цінностей, поведінку. Неготовність читачів до свідомого сприймання посилює актуальність теми дослідження.

Вивчення культури медіасприймання періодичних видань медичної тематики поглиблює та уточнює теорію соціальних комунікацій,



медіаосвіти, дає практичний матеріал для теоретичних узагальнень.

### **Аналіз попередніх досліджень**

Історіографія питання була окреслена у численних наукових дослідженнях вітчизняних і зарубіжних учених: І. В. Жилавської, І. О. Зимньої, Н. Б. Кирилової, Дж. Лакоффа, Л. Мастермана, Г. В. Онкович, Б. В. Потятинника, І. А. Фатєєвої, О. В. Федорова, І. М. Чемерис та ін. Проблеми впливу медіа на суспільство й особистість відображено в працях Д. Бакінгема, Ж. Гоне, М. Маклюена, Л. Селлерса, Д. Харта.

Функціонуванню медичної літератури у соціальних комунікаціях присвячено дослідження В. М. Гончара, А. А. Крючина, М. С. Морозової, Н. В. Солоніна, Ю. Т. Шарабчієва та ін.

Висвітлення актуальних проблем медіакультури, медіаосвіти представлено у роботах О. Т. Барішпольця, Л. А. Найдьонової, О. В. Волошенюка, В. Ф. Іванова, В. О. Моляко, Н. М. Латиш, Н. І. Череповської, Л. І. Шевченко та ін.

Питання формування індивідуальної медіакультури у читачів преси медичної тематики недостатньо висвітлено у науково-методичній літературі, що зумовило вибір теми дослідження.

### **Мета роботи**

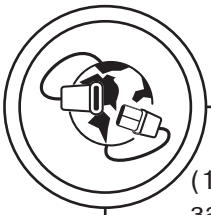
Визначити сутність, специфіку культури сприймання медіатекстів популярних видань медичної тематики, охарактеризувати ці видання.

### **Результати проведених досліджень**

В оновленій редакції «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні» вказано, що «медіакультура — це культура сприймання й виробництва сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації» [1, С. 7]. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі [2]. Це поняття О. Т. Боришполець розглядає у контексті загальної, інформаційної, комунікативної культури [3, 4].

Тільки медіаобізнаний та медіаграмотний може вільно орієнтуватися у потоці різноманітної інформації. Напружений ритм життя, стреси, перевантаження і, як наслідок — хвороби, викликають у нього природну потребу турбуватися про власне здоров'я, знаходити шляхи профілактики чи лікування хвороб засобами традиційної та нетрадиційної медицини. Тому масовий читач звертається до популярних медичних видань, у яких у простій та зрозумілій формі є відповіді на актуальні запитання.

Перелік вітчизняної періодики у галузі медицини й охорони здоров'я міститься у Каталозі періодичних видань України (перше півріччя 2019 року) [5]. Аналіз вітчизняних популярних видань медичної тематики свідчить про те, що популярними, неспеціалізованими є переважно газетні видання (25) та журнали



(15). Розглянемо їх розмаїття за різними класифікаційними ознаками.

За наявністю в різних форматах це:

— здебільшого тільки друковані видання («Ваше здоров'я», «По-українськи», «Дарья», «Ескулап», «Доктор Нострадамус» та ін.);

— друковані видання та їх електронні аналоги («Здоров'я і довголіття». «Зелена планета Земної». «Народне здоров'я», «Пантелеймон-цілитель»).

Велику цінність і попит серед читачів мають платформи, на яких можна оперативно обмінюватися інформацією, отримувати відповіді на запитання, поради фахівців. Так, газета «Добрий лікар» має однойменний сайт, на якому публікують новини медичної галузі, є рубрики «Тема дня», «Розмова з лікарем», «Наша порада», «Досягнення». Друковані примірники журналу «Доктор Бджілка» видають українською та російською мовами, електронна версія журналу — лише англійською мовою.

За тематичною спрямованістю видання:

— однотематичні (усі рубрики присвячені охороні здоров'я). У газетах «Домашній доктор — цілитель», «Здоров'я і довголіття» та інших публікують медичну інформацію для широкого кола читачів про нові методики лікування, поради фахівців нетрадиційної медицини, оригінальні рецепти збереження здоров'я, індивідуальні консультації для читачів;

— різнотематичні (тільки один чи кілька розділів стосуються питань здоров'я). Наприклад, у га-

зеті «Пантелеймон-цілитель», крім розділу «Здоров'я», містяться інші: «Православ'я», «Кулінарія». «Газета для жінок» і газета «Між нами бабами» мають лише як додатки «Здоров'я». Про тематичне розмаїття газети «Добре здоров'я» свідчать постійні рубрики: «Поради психолога», «Дім і сім'я», «Він і вона», «Батьки і діти».

«Сімейна газета», «Сімейні поради» — універсальні видання для всієї родини: життєві історії, рецепти здоров'я та довголіття, народної медицини, поради лікарів, цілительів; консультації юристів, психологів; кулінарні рецепти і рукоділля; рубрика знайомств.

За мовною ознакою видання:

— україномовні («Абетка здоров'я», «Будьмо здорові!», «Добре здоров'я», «Народне здоров'я», «Добрий лікар», «Ваше здоров'я», «Золота бібліотека здоров'я», «Народна медицина — поради лікарів», «Травник: зцілення без ліків», «Джерело життя» та ін.);

— українською, російською мовами та в окремих випадках — англійською та німецькою мовами («Абетка довголіття», «Аргументы и факты. Здоровье», «Бабуся», «Внучка», «Довкілля та здоров'я», «Домашній доктор-цілитель», «Здоров'я і довголіття», «Зелена планета Земної», «Здоров'я вашому дому», «Здоровий/WELL», «Лечимся вместе», «О чем врачи вам не говорят», «Целитель»);

— лише російською мовою («Айболит. Письма», «В домашнем кругу. Здоровье», «Долгожитель», «Домашняя энциклопедия здоровья» та ін.).

Тематично-змістове наповнення вказаної вище медіапродукції



спрямовано на санітарно-гігієнічне виховання, розширення світогляду нефахівців медичної галузі, забезпечення їх знаннями та уміннями для збереження й зміцнення власного здоров'я. Популярні видання медичної тематики для нефахівців також інформують масового читача про новачії у галузі практичної охорони здоров'я та сучасний розвиток медичної науки.

Отже, виконують, перш за все, пізнавальну й виховну функції. Водночас збагачення знань і досвіду читачів позитивно впливає на їх ціннісний вимір, що виявляється у ставленні до себе, до навколишнього світу, у чому полягає суть ціннісно-орієнтаційної функції цих видань.

Наприклад, на сторінках газет «Абетка довголіття», «Добрий лікар», «Добре здоров'я», «Здоров'я і довголіття», «Лечебные письма» публікують інформацію для широкого кола читачів: поради та рецепти від осіб, які змогли перебороти свої хвороби всупереч переконанням офіційної медицини. Водночас подано рекомендації найавторитетніших лікарів, народних цілителів, травників, духовних осіб.

Видання цілительки Наталі Земної (Зубицької) «Зелена планета Земної» розкриває секрети народної медицини та досвід Земної у справі траволікування.

Зміст журналу «Добрые советы. Домашний доктор», газет «Домашний доктор — цілитель», «Долгожитель», «Ескулап», «Поради здоров'я» здебільшого складають листування читачів, відповіді на їхні питання фахівців, численні рецепти здоров'я, молодості й довголіття, питання

психології; висвітлюються нові методики та підходи до лікування різних захворювань.

Масовий читач, відповідальний за власне здоров'я, зацікавлений у таких виданнях. Його мотивує бажання зрозуміти свій фізичний стан, більше дізнатися про хвороби, способи їх лікування та профілактики, знайти ресурси для протистояння хворобі, зміцнити власне здоров'я.

Це вимагає від особистості високого рівня сформованості медіакультури. Критеріями розвиненої медіакультури вважають [6]: 1) свідоме ставлення до сприйняття медіапродукції й інформації в цілому: усвідомлення своїх медіапотреб і відповідальності за вибір інформації; готовність запобігати негативним впливам медіа; 2) уміння критично сприймати, щоб орієнтуватися у потоках інформації, аналізувати її, вибирати важливу та корисну для задоволення особистісних потреб, висловлювати власну позицію та у цілому самостійно оцінювати діяльність ЗМК; 3) творче медіасприймання: переосмислення медіатекстів та створення на їх основі власних ідей.

В інформаційному суспільстві медіасприймання є новим типом сприймання медіатекстуальної продукції за допомогою медіа; здатністю суб'єкта розпізнавати, розуміти, тлумачити поширювану через мас-медіа інформацію та адекватно реагувати на неї [2, 7].

Здатність свідомо сприймати медіатексти залежить від багатьох чинників: загальнокультурного, інтелектуального, психічного розвитку особистості, її досвіду. Чим вище рівень медіакультури



особистості, тим вищий рівень розвитку медіасприймання: від уважного прочитання, інтерпретації та оцінювання до творчого медіасприймання — переосмислення сприйнятого, на основі цього створення власних текстів [7]. Як результат — збагачення знань, досвіду особистості, зокрема й практичне застосування результатів медіасприймання у власному житті.

Культура сприймання інформації передбачає певний алгоритм її опрацювання. Узагальнено поради науковців медіасвітної галузі щодо шляхів, методів аналізу друкованих, візуальних медіатекстів та виокремлено основні етапи цього творчо-дослідницького процесу [2, 3, 7, 8]:

1. Вибір, розпізнавання медіатексту, вдумливе читання інформації.

2. Визначення формату та жанру її подання. Медіатекст як складний візуально-смысловий конструкт розрізняється за видами (текст, фотографія, відео та ін.), форматами (фотозображення, фільм, анімація, ролик тощо) та жанрами (тематичними напрямками).

3. Інтерпретація як розуміння медіатексту, тлумачення, визначення основної ідеї (що повідомляють?). Інтерпретація забезпечує тлумачення інформації, свідоме прагнення виявити істинну та сконструйовану мас-медіа реальність, зрозуміти усі підтексти медіатексту.

4. Осмислення: виявлення мети створення медіатексту, цільової аудиторії (хто і кому повідомляє? З якою метою повідомляє? Кому це вигідно?).

5. Оцінювання вербального і невербального (образного) матеріалу медіа на основі розумових прийомів аналізу (поелементний аналіз змісту і форми, логіки викладу інформації), порівняння з подібними за тематикою медіатекстами; синтез і узагальнення проаналізованого.

На цьому етапі можна послуговуватися методами: дискурс-аналізу — логічно послідовного аналізу змісту медіатексту, застосування якого дасть можливість дійти обґрунтованих висновків; контент-аналізу — для виявлення подібних тем у ЗМК; моніторингу — для спостереження за змінами або сталістю тем у ЗМК протягом певного часу [9].

6. Формування власної позиції на підставі аналізу й аргументів, емоційного ставлення до конкретного медіатексту зокрема (нова/відома, корисна/шкідлива, цікава/нецікава інформація; які відчуття викликає; її цінність, практичне значення для читача) та подібних в цілому.

Такий алгоритм опрацювання медіатекстів є універсальним, його можна застосовувати для видань медичної тематики. Однак повнота та якість цього аналізу залежить від рівня медіакультури особистості.

За рівнем сприймання інформації розподіляють три типи медіаспоживачів [6, С. 138]:

— з високим рівнем медіакультури: цілеспрямовано шукають інформацію, вибирають для задоволення власних потреб, критично оцінюють текст, мають сформовану світоглядну позицію, достатньо розвинуте творче медіасприймання та критичне мислення;



— з середнім рівнем медіакультури, які нерозбірливо та емоційно сприймають інформацію, оцінюють її стереотипно;

— з низьким рівнем медіакультури, які не вміють критично сприймати, аналізувати й оцінювати, аргументовано обстоювати свою позицію щодо сприйманого; виявляти в інформації приховані смисли; розуміти результати від взаємодії з медіатекстом.

Розглянемо, з якими труднощами у сприйманні інформації можуть стикатися читачі видань із невисоким рівнем розвитку медіакультури. Аналіз медіатекстів засвідчує, що у публікаціях іноді трапляються неточності у трактуванні певних проблем, гіпотези можуть подаватися як встановлені факти. Наприклад, редакція газети може вказувати лише на ймовірність того, що опубліковані рецепт чи поради допоможуть певній частині читачів вилікувати хворобу.

У виданнях можуть міститися рекомендації щодо застосування нових ефективних засобів лікування, які насправді мають право призначати лише лікарі. Так само згубним може бути лікування особи за прочитаними нею джерелами, але без лікарської консультації або супроводу [10].

Можуть траплятися випадки маніпулювання свідомістю читачів. У розповідях про нові лікарські препарати інколи міститься прихована реклама, подана шляхом акцентування лише на перевагах над іншими препаратами та наведенням численних позитивних відгуків споживачів.

Результати впливу популярних видань медичної тематики на читачів можуть бути неоднозначними, залежно від рівня особистісної медіакультури. Інформація може бути корисною і сприяти вирішенню медичних проблем, а інколи призводити до негативних наслідків — шкодити здоров'ю людини. Абсолютна довіра читачів до інформації, невміння її перевіряти за різними джерелами, встановлювати логічні зв'язки між розрізненими фактами, порівнювати їх та здійснювати інші розумові прийоми може призводити до самодіагностики та самолікування.

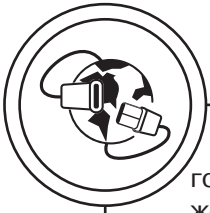
Відповідальність за об'єктивність, точність, перевіреність інформації несе редакція видання. Однак і читачам вкрай важливо розвивати базові уміння медіасприймання (селективно вибирати, вдумливо читати, оцінювати, інтерпретувати, формувати власну позицію), що становлять основу його медіакультури.

Тільки свідоме сприймання інформації може позитивно впливати на емоції, поведінку, світогляд читачів і сприяти:

— розвитку самопізнання, самовиховання, самонавчання заради покращення власного стану здоров'я;

— покращенню комунікативних здібностей, що реалізується у створенні власних медіатекстів (лист до редакції з питанням, стаття-розповідь про власну історію лікування та одужання, написання віршів);

— розкриттю творчого потенціалу, зокрема створенню невербальних повідомлень за допомо-



гою іконічних знаків (фотозображень, відеоматеріалів, малюнків) і надсилання їх до редакції.

### Висновки

Медіакультура — це культура сприймання й виробництва медіапродукції, пошуку, збирання та передавання інформації. Особистісна медіакультура передбачає вміння медіаспоживача ефективно взаємодіяти з мас-медіа, бути медіаобізнаним й медіаграмотним. Формується відповідний рівень культури сприймання медіатекстів, який передбачає: свідоме ставлення до сприйняття медіапродукції, критичне мислення, творче медіасприймання. Чим вищий рівень медіакультури особистості, тим вищий рівень культури медіасприймання, який ґрунтується на здатності мислити аналітично та творчо.

Аналіз популярних видань медичної тематики засвідчив, що на вітчизняному ринку представлені переважно друковані газетні видання українською, російською та іншими мовами. За тематичною спрямованістю —

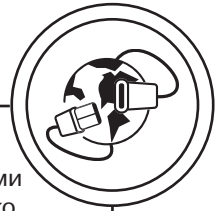
видання одностематичні і різностематичні, що стосуються збереження і зміцнення здоров'я засобами традиційної і нетрадиційної медицини.

Культура сприймання таких видань передбачає певний алгоритм їх опрацювання: вибір, вдумливе читання інформації, визначення формату і жанру її подання; інтерпретація, осмислення, оцінювання за допомогою методів дискурс-аналізу, контент-аналізу, моніторингу; формування власної позиції.

Результати впливу популярних видань медичної тематики на масового читача залежать від рівня особистісної медіакультури. Свідоме сприймання інформації забезпечує саморозвиток, самопізнання аудиторії, впливає на ціннісні життєві орієнтири, а діалогічна форма спілкування між читачами і редакцією сприяє удосконаленню комунікативних навичок, розвитку творчого потенціалу. У цьому реалізуються пізнавальна, виховна, ціннісно-орієнтаційна функції цих видань.

### Список використаної літератури

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдьонової, М. М. Слюсаревського. Київ, 2016. 16 с.
2. Череповська Н. І. Медіаторчість як соціально-психологічний ресурс особистості. Типологія відеосприймання: Зб. наук. праць Інституту психології АПН України «Актуальні проблеми психології» у 12 т. / за ред. В. О. Моляко. Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2009. Т. 12. Вип. 8. С. 318–325.
3. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід / за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. Київ: Міленіум, 2009. С. 67–78.
4. Баришполець О. Т. Український словник медіа культури / Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Київ: Міленіум, 2014. 196 с.
5. Каталог періодичних видань на 1-ше півріччя 2019 року. URL: <http://presa.ua/dlja-podpyschyka/katalogi-dlja-skachuvannja/> (дата звернення: 01.03.2019).
6. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Кучма, 2004. 340 с.



7. Моляко В. О. Концепція творчого сприймання // Актуальні проблеми психології: Проблеми психології творчості: зб. наук. праць / за ред. В. О. Моляко. Т. 12. Вип. 5. Ч. 1. Житомир, 2008. С. 7–14.

8. Латиш Н. М. Дослідження проявів творчого сприймання особистості: зб. наук. праць Інституту психології АПН України «Актуальні проблеми психології» у 12 т. / за ред. В. О. Моляко. Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2009. Т. 12. Вип. 8. С. 129–134.

9. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сазонов Д. Ю. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. Вид. 2-ге, випр. і доп. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.

10. Популярна медична енциклопедія / за ред. акад. Петровського Б. В. Москва: Радянська енциклопедія, 1979. URL: <http://bibliograph.com.ua/624-7/index.htm> (дата звернення: 10.02.2019).

### References

1. Naidonovoi, L. A. & Sliusarevskoho, M. M. (2016). *Kontseptsiiia vprova-dzhennia mediaosvity v Ukraini (nova redaktsiia)*. Kyiv, 16 p. [in Ukrainian].

2. Cherepovska, N. I. (2009). Mediatvorchist yak sotsialno-psykholohichnyi resurs osobystosti. *Journal of Typolohiia videosprymannia*. Zhytomyr: ZhDU im. I. Franka, Vol. 12, Issue 8, 318–325 [in Ukrainian].

3. Naidonovoi, L. A. & Baryshpoltsia, O. T. (2009). *Mediakultura osobystosti: sotsialno-psykholohichnyi pidkhyd*. Kyiv: Milenium, p. 67–78 [in Ukrainian].

4. Baryshpolets, O. T. (2014). *Ukrainskyi slovnyk media kultury*. Kyiv: Milenium, 196 p. [in Ukrainian].

5. *Kataloh periodychnykh vydan na 1-she pivrichchia 2019 roku*. Retrieved from <http://presa.ua/dlja-podpyschyka/katalogi-dlja-skachuvannja/> [in Ukrainian].

6. Fedorov, A. V. (2004). *Mediaobrazovanie i mediagramotnost'*. Taganrog: Kuchma, 340 p. [in Russian].

7. Moliako, V. O. (2008). Kontseptsiiia tvorchoho sprymannia. *Journal of Aktualni problemy psykholohii: Problemy psykholohii tvorchosti*, Vol. 12, Issue 5, Part 1, 7–14 [in Ukrainian].

8. Latysh, N. M. (2009). Doslidzhennia proiaviv tvorchoho sprymannia osobystosti. *Journal of Zb. nauk. prats Instytutu psykholohii APN Ukrainy 'Aktualni problemy psykholohii'*. Zhytomyr: ZhDU im. I. Franka, Vol. 12, Issue 8, 129–134 [in Ukrainian].

9. Shevchenko, L. I. & Derhach, D. V. & Sazonov, D. Yu. (2014). *Medialin-hvistyka: slovnyk terminiv i poniat*. Kyiv: VPTs 'Kyivskyi universytet', 380 p. [in Ukrainian].

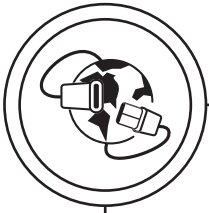
10. (1979). *Populiarna medychna entsyklopediia*. Moscow: Radianska entsyklopediia. Retrieved from <http://bibliograph.com.ua/624-7/index.htm> [in Ukrainian].

**В статье проанализированы понятия медиакультуры, медиавосприятия. Обобщены и систематизированы этапы восприятия медиатекстов неспециализированной прессы медицинской тематики, типы медиапотребителей по уровню восприятия.**

**Рассмотрен состав отечественных популярных газет и журналов медицинской тематики состоянием на 2019 год.**

**Описаны проблемы в медиавосприятии читателей популярных изданий медицинской тематики; влияние**





медиавосприятия на эмоциональную, поведенческую сферы, мировоззрение медиапотребителей.

**Ключевые слова:** медиакультура; медиавосприятие; медиаграмотность; медиаосведомленность; критическое мышление; медиатекст.

The article analyzes the concept of media culture, media understanding as an important criterion for personal media culture. The stages of perception of media texts of the non-specialized press on medical topics, types of media consumers on the level of media perception are summarized and systematized. The composition of popular newspapers and medical magazines of 2019 are considered.

The motivation for the consumption of media products are described, problems in media perception, are revealed the influence of creative media perception on the emotional, behavioral sphere.

**Keywords:** media culture; media understanding; media literacy; media awareness; critical thinking; media text.

Рецензент — Н. М. Фіголь, канд. філол. наук,  
доцент, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Надійшла до редакції 04.04.19