

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕДИАГРАМОТНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Zapevalina O.V.

DEFINITIONS MEDIA LITERACY IN THE MODERN AGE

Аннотация. Рассмотрены определения медиаграмотности в работах зарубежных авторов.

Ключевые слова: медиаграмотность, массмедиа, визуальная грамотность.

Abstract. The definitions of media literacy in the papers of foreign authors are considered.

Keywords: media literacy, visual literacy, mass media.

Вопросами медиаобразования за рубежом занимаются многие десятилетия. Одним из спорных терминов является определение понятия «медиаграмотность», поэтому в 1998 году Journal of Communication весь выпуск своего издания посвятил медиаграмотности. Авторы статей этого выпуска признавали, что существуют различные определения медиаграмотности и различные умения, включаемые в эти определения.

Часто определение медиаграмотности начинается со слов «это не» грамотность, ассоциируемая с печатными медиа, означает умения читать печатные тексты. Визуальная грамотность связана с воображением, но чтение текста и визуальное воображение не есть медиаграмотность, хотя мы все можем согласиться, что медиа – это слова, картинки и то, и другое. Взамен успешная совместная деятельность, которая исходит от массмедиа сообщений, которые необходимо анализировать как уникальные, может принести положительные результаты. Следовательно, другие определения 80-х и 90-х годов уточняют, что сообщения могут идти от фильмов, радио, телевидения, рекламы, популярной музыки, а также газет и печатных материалов, таких как книги [1].

Появившееся с 1992 года на конференции по медиаграмотности определение начиналось: «способность предоставлять доступ, анализировать, оценивать и передавать сообщения» [2]. Некоторые определения последнего десятилетия включали понимание технологических, политических и экономических ограничений, влияющих на передачу медиасообщений [2]. Другие предлагали в определении «медиаграмотность» учитывать зависимость от знания того, как медиа функционировали в обществе [3].

Отдельные ученые все еще утверждают, что медиаграмотность зависит от критической обработки мультимедийного контента и от создания сравнений между медиаконтентом и социальной реальности. Например, Потер заявляет, «Медиаграмотность – это перспектива, которую мы активно используем, когда подвергаемся воздействию масс медиа, для того, чтобы интерпретировать значение сообщений, с которыми мы сталкиваемся» [4].

Понятие «перспектива» уточняется в популярных учебниках США по медиаграмотности. Оно объясняется следующим образом: мы строим наши перспективы исходя из структуры знания; а для того, чтобы построить нашу структуру знания, нам нужны инструменты и необработанный материал. Инструментами являются наши навыки и умения в области медиаграмотности, а необработанным материалом является информация из массмедиа и реального мира. Затем в учебниках рассматриваются упражнения, направленные на формирование конкретных навыков критического отношения к определенным сообщениям и умения использовать эти сообщения в реальной жизни.

Создавая структуру знания, необходимо использовать умения выбрать информацию и синтезировать ее. Информация многомерна: она познавательна по своему объему, эмоционально окрашена, содержит этический и эстетический моменты. Сформированность медиаграмотности позволяет увидеть гораздо больше и глубже того, что сообщают нам средства массовой информации.

Сегодня происходит усиление медиарекламы, которая оказывает огромное влияние на подрастающее поколение. Только благодаря высокому уровню медиаграмотности, то есть способности понимать, управлять и оценивать сообщения, негативное влияние массмедиа будет менее глубоким и пагубным. Однако не стоит бояться огромного потока информации, идущей со всех видов медиа, начиная с печатных изданий и заканчивая развлекательными и захватывающими шоу. Главное – это умение критически оценить навязываемую информацию и правильно ориентироваться в информационном потоке современного общества.

Таким образом, определение понятия «медиаграмотность» сегодня включает в себя различные виды массмедиа, умения и навыки, позволяющие критически осмысливать медийные сообщения и управлять ими.

ЛИТЕРАТУРА

1. Rubin, Alan M. Media Literacy // Journal of Communication. 1998. 48. P. 3-4.
2. Lewis, Justin and Sut Jhally The Struggle over Media Literacy // Journal of Communication. 48. P. 109-120.
3. Messaris, Paul Visual Aspects of Media Literacy // Journal of Communication. 48. P. 70-80.
4. Potter, W. James Media Literacy. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001.