

УДК 37.032

*Т. А. Мейкиане**преподаватель кафедры романского языкознания  
филологического факультета  
Белорусского государственного университета***ЧТО ОХВАТЫВАЕТ ПОНЯТИЕ  
«МЕДИАГРАМОТНОСТЬ»?**

*Представлена попытка систематизации научной литературы, посвященной понятию «медиаграмотность». Обзор научных источников позволил определить, что именно охватывает это понятие, а также то, какой человек может считаться медиаграмотным.*

***WHAT DOES A NOTION OF “MEDIA LITERACY” ENCOMPASS?***

*The literature review shows that media literacy is a complex interdisciplinary research and educational practice. Media literacy skills include: building critical thinking; becoming of a media-savvy individual; understanding, producing and negotiating meanings in a media text; building intercultural competence and developing cross-cultural sensitivity; becoming an active author of a media text.*

Медиаграмотность находится на стыке общественных и гуманитарных наук, что осложняет ее определение как научного феномена. Известно минимум шесть определений этого понятия [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7], и в каждом из них подчеркивается значимость медиаграмотности как «когнитивной защиты» [8, р. 3]. Однако определения отличаются друг от друга формулированием социальных функций медиаграмотности, поэтому мы можем предложить собственную обобщающую формулировку: медиаграмотность — это: 1) комплексное явление, основывающееся на понимании того, что такое медиафера, и осознании ее влияния на человека и общество; 2) приобретенный и развитый навык понимания медиатекста (сформированный на основе критического мышления). Медиаграмотный человек владеет необходимыми технологиями, методами для работы в медиасреде, умеет воспринимать и создавать медиатекст. Под медиатекстом (в широком смысле) понимается результат обработки информации о том или ином событии и его выражение в соответствующей семиотической форме (вербальной и / или невербальной): например, новости, фильмы, посты в социальных медиа и т. д.

Также считаем важным различать такие близкие явления, как преподавание медиаграмотности, медиаобразование, компьютерная грамотность, информационная грамотность.

Преподавание медиаграмотности и медиаобразование, с нашей точки зрения, — синонимы, поскольку медиаобразование и медиаграмотность соотносятся как процесс и результат.

Считается, что компьютерная грамотность имеет прикладную ценность: «Это твердый навык/ *hard skill* по сравнению с мягким навыком/ *soft skill* критического анализа сообщений в СМИ» [9, р. 5]. По сути, компьютерная грамотность — это технический навык, ориентированный на использование инструментов медиа [10, р. 334], тогда как, по нашему мнению, медиаграмотность имеет дело с уместным применением таких инструментов.

Информационно грамотные люди могут идентифицировать, находить, оценивать информацию и использовать ее для решения конкретной проблемы [6]. Значимость информационной грамотности для медиаграмотного человека безусловна, поскольку речь идет о человеке, который «может декодировать, оценивать, анализировать и производить как печатные, так и электронные носители» [2, р. 7]. Соответственно, каждый медиаграмотный человек должен уметь работать с информацией. Итак, информационная грамотность и медиаграмотность связаны прежде всего с вербальной коммуникацией и взаимосвязаны как частное и общее.

Коммуникативное поведение медиаграмотного человека находится под влиянием среды — пространства медиа, где пользователь взаимодействует с другими активными потребителями и создателями информации. Это влияет на то, будут или нет они «проявлять определенную свободу действий при принятии решения о том, какие текстовые позиции они займут, а какие отвергнут при взаимодействии в сложных социальных и культурных контекстах» [1, р. 1–2].

Понимание медиатекста основано на «высоком уровне критического мышления, которое зависит от логики, подготовки и самосознания» [11, р. 68]: то есть медиаграмотный человек владеет или должен владеть навыком критического мышления. В первую очередь, им осознаются «процессы, порождающие смыслы и создающие содержание сообщений, а также реалистичное чувство непосредственности при общении» [11, р. 23]. Речь идет о способности распознавать различия между «сообщаемой конкретной информацией, знаниями, передаваемыми автором, и дополнительными ценностями, прагматикой сообщения, приписываемые ему» [11, р. 32]. Иначе можно сказать, что медиапотребитель, не владеющий этим навыком, едва ли сможет противостоять манипуляциям.

Овладение навыками производства медиатекстов (разработкой веб-страниц, получением знаний о медиа как о бизнесе, обучением медиаэкономики и т. д.) также является важной частью медиаграмотности. Тем не менее Дж.

Льюис и С. Джалли предупреждают, что «преподавание производства как исключительно технических навыков приводит к аналитическому погружению (в медиаферу), нивелируя критическую дистанцию с феноменом» [12, р. 5]. Действительно, обучение медиаграмотности исключительно с позиций овладения медиапроизводством едва ли раскрывает потенциал медиаграмотности. Аналогичная идея была высказана Т. Колтаем. Он утверждает, что педагогика, опосредованная технологиями, а не основанная на технологиях, больше подходит для обучения медиаграмотности [6].

Представленные выше аспекты медиаграмотности подчеркивают ее сложную междисциплинарную природу как универсально важной компетенции для современного человека. По этой причине мы полностью согласны с утверждением о том, что медиаграмотность — «базовый навык, который лежит в основе многих других навыков, необходимых современному человеку» [5, р. 6]. Перечисленные характеристики медиаграмотности едва ли окончательны в связи с изменяющимся характером медиаландшафта (постоянно обновляющаяся лента новостей в социальных сетях, в СМИ). Они обуславливают постановку целей, которых может достичь медиаграмотный человек по сравнению с тем, кто не обладает этим навыком.

Прежде всего речь идет о расширении прав и возможностей потребителей медиа [2, р. 8]. Медиаобразование должно помочь людям стать «искушенными гражданами, а не искушенными потребителями» [12, р. 1]. Имеется в виду, что потребитель медиа умеет контролировать влияние средств массовой информации на себя, «делая разумный выбор, основываясь на действительных критериях, соответствующих ценностям и убеждениям потребителей» [11, р. 25–26]. В результате воспитывается «новое поколение потребителей средств массовой информации» [11, р. 33].

Медиаграмотность также защищает читателей от негативного влияния медиа, однако Р. Хоббс [4] ставит это под сомнение. Она считает, что только те, кто незнаком с учебным контекстом, могут утверждать, что медиаграмотность способна уменьшить негативное влияние медиа на молодежь. Кроме того, эмпирическое исследование восприятия студентами действий террористов Бостонского марафона подтверждает это [13]. Не было выявлено никаких доказательств того, что медиаграмотность позволяет студентам противостоять влиянию СМИ, культивирующим опасность и риск повторения событий. Мы осознаем, что эти заявления о психологическом благополучии потребителя СМИ нуждаются в дополнительном исследовании (например, в связи с социальным и культурным контекстом), что невозможно в рамках данной статьи.

Медиаграмотность позволяет «иметь четкие установки, чтобы лучше ориентироваться в мире медиа» [5, р. 6]. Это означает, что потребитель должен быть обеспечен методами поиска информации, ее оценки, понимания границ проверяемой информации, а также способов отличить мнения от фактов [11]. Таким образом, человек сможет объяснить, почему конкретная тема, обсуждаемая в медиатексте, заслуживает рассмотрения.

Последняя, но не менее важная цель освоения медиаграмотности состоит в том, чтобы уметь «ценить эстетические качества медиа, используя свои творческие способности для самовыражения», создавая предметы искусства и медиа [14, р. 61].

Таким образом, в результате обзора научной литературы можно охарактеризовать медиаграмотность как комплексную междисциплинарную исследовательскую и образовательную практику. Навыки медиаграмотности включают в себя: формирование критического мышления; обучение технологиям работы в медиасфере; умение понимать, создавать и адаптировать сообщения к медиасфере; обучение и практику взаимодействия с другими авторами медиатекстов; наконец, возможность формировать межкультурную компетенцию и развивать межкультурную чувствительность к представителям других культур.

### **Список основных источников**

1. Alvermann, D. Popular Culture in the Classroom: Teaching and Researching Critical Media Literacy [Electronic resource] / D. Alvermann, J. Moon, M. Hagood. — 1st ed.— Newark : International Reading Association, 1999. — P. 1–2. — Mode of access: [https://www.researchgate.net/publication/282879391\\_Popular\\_Culture\\_in\\_the\\_Classroom\\_Teaching\\_and\\_Researching\\_Critical\\_Media\\_Literacy](https://www.researchgate.net/publication/282879391_Popular_Culture_in_the_Classroom_Teaching_and_Researching_Critical_Media_Literacy). — Date of access: 11.04.2019. [Вернуться к статье](#)

2. Christ, Wg. Media literacy, media education, and the academy [Electronic resource] / Wg. Christ, Wj. Potter // Journal of Communication. — Volume 48 (1). — P. 5–15. — Mode of access: <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1297&context=jmle>. — Date of access: 21.12.2018. [Вернуться к статье](#)

3. Fedorov, A. Vocabulary of terms about media education, media pedagogy, media literacy and media competence [Electronic resource] / A. Fedorov. — Eartist.narod.ru, 2010. — Mode of access: <http://www.eartist.narod.ru/text23/0013.htm>. — Date of access: 18.12.2018. [Вернуться к статье](#)

4. Hobbs, R. The seven great debates in the media literacy movement [Electronic resource] / R. Hobbs // Journal of communication. — 1998. — 48(1) — P. 16–32. — Mode of access: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02734.x>. — Date of access: 03.01.2019. [Вернуться к статье](#)

5. Kamerer, D. Media Literacy [Electronic resource] / D. Kamerer // Communication Research Trends. — 2013. — 32(1). — P. 2–25. — Mode of access:

- [https://ecommons.luc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1015&context=communication\\_facpubs](https://ecommons.luc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1015&context=communication_facpubs). — Date of access: 19.12.2018. [Вернуться к статье](#)
6. Koltay, T. The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy [Electronic resource] / T. Koltay // Media, Culture & Society. — 2011. — 33(2). — P. 211–221. — Mode of access: [https://www.researchgate.net/publication/263652378\\_The\\_Media\\_and\\_the\\_Literacies\\_Media\\_Literacy\\_Information\\_Literacy\\_Digital\\_Literacy](https://www.researchgate.net/publication/263652378_The_Media_and_the_Literacies_Media_Literacy_Information_Literacy_Digital_Literacy). — Date of access: 19.12.2018. [Вернуться к статье](#)
7. Thoman, E. Media Literacy — A National Priority for a Changing World [Electronic resource] / E. Thoman, T. Jolls // American Behavioral Scientist. — 48 (1). — P. 18–29. — Mode of access: [https://www.researchgate.net/publication/247752263\\_Media\\_Literacy-A\\_National\\_Priority\\_for\\_a\\_Changing\\_World](https://www.researchgate.net/publication/247752263_Media_Literacy-A_National_Priority_for_a_Changing_World). — Date of access: 27.12. 2018. [Вернуться к статье](#)
8. Hobbs, R. The Past, Present, and Future of Media Literacy Education [Electronic resource] / R. Hobbs, A. Jensen // Journal of Media Literacy Education. — 2009. — P. 1–11. — Mode of access: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol1/iss1/1/>. — Date of access: 24.12.2018. [Вернуться к статье](#)
9. Livingstone, S. Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies [Electronic resource] / S. Livingstone // The Communication Review. — 2004. — Volume 7 (1). — P. 3–14. — Mode of access: [https://www.researchgate.net/publication/30521209\\_Media\\_Literacy\\_and\\_the\\_Challenge\\_of\\_New\\_Information\\_and\\_Communication\\_Technologies\\_The\\_Communication\\_Review7](https://www.researchgate.net/publication/30521209_Media_Literacy_and_the_Challenge_of_New_Information_and_Communication_Technologies_The_Communication_Review7). — Date of access: 23.12.2018. [Вернуться к статье](#)
10. Hobbs, R. Measuring the acquisition of media-literacy skills [Electronic resource] / R. Hobbs, R. Frost // Measuring the acquisition of media-literacy skills. — 2003. — 38(3). — P. 330–355. — Mode of access: <https://ila.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1598/RRQ.38.3.2>. — Date of access: 28.12.2018. [Вернуться к статье](#)
11. Gaines, E. Media Literacy and Semiotics [Electronic resource] / E. Gaines. — 1st ed. — New York, NY: Palgrave Macmillan US, 2010. — P. 23–86. — Mode of access: <http://www.rasaneh.org/Images/News/AttachFile/18-7-1391/FILE634853701396680000.pdf>. — Date of access: 15.12.2018. [Вернуться к статье](#)
12. Lewis, J. The Struggle Over Media Literacy [Electronic resource] / J. Lewis, S. Jhally // Journal of Communication. — 1998. — 48(1). — P. 1–8. — Mode of access: [https://www.medialit.org/sites/default/files/363\\_Lewis\\_Jhally.pdf](https://www.medialit.org/sites/default/files/363_Lewis_Jhally.pdf). — Date of access: 17.12.2018. [Вернуться к статье](#)
13. Bergan, D. Media Literacy and Response to Terror News [Electronic resource] / D. Bergan, H. Lee // Journal of Media Literacy Education. — 2018. — 10(3). — P. 43–56. — Mode of access: <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1297&context=jmle>. Date of access: 26.12.2018. [Вернуться к статье](#)
14. Kellner, D. Critical media literacy is not an option [Electronic resource] / D. Kellner, J. Share // Learning inquiry. — 2007. — 1(1). — P. 59–69. — Mode of access: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11519-007-0004-2.pdf>. — Date of access: 24.12.2018. [Вернуться к статье](#)