

МЕДИАГРАМОТНОСТЬ КАК КОМПОНЕНТ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ

Введение. XXI век является веком информационного общества. Персональные компьютеры и коммуникационные системы охватывают все сферы жизнедеятельности человека и государства. К сожалению, из-за нехватки знаний о сущности виртуального пространства, пользователи со всего мира, имея в арсенале необходимые инструменты для получения полезной информации, имеют риск оказаться заложником данной пространственной системы

Актуальность темы состоит в изучении и анализе динамики развития информационного пространства пользователей сети Интернет, а также изучение компонентов развития культуры личности путем внедрения социально-педагогических и профилактических программ в рамках описанной темы.

Основная часть. Современные специалисты в разных отраслях и сферах деятельности используют следующие виды грамотности: медийную (медиаграмотность); информационную; свободу самовыражения; информационную; интернет-грамотность, цифровую; компьютерную; новостную; телевизионную; грамотность в сфере рекламы и др. [1].

Наиболее распространенной точкой зрения в соотношении многих понятий является взаимосвязь информационной грамотности (культуры) и медиаграмотности (иногда медиакомпетентности личности). Представители одного направления рассматривают информационную грамотность как более широкую область исследований, составной частью которой является медиаграмотность.

С другой точки зрения информационная грамотность лишь компонент медиаграмотности, которая имеет отношение ко всей информации медиа, а не только к передаваемой с помощью современных информационных технологий [2].

Медиаобразование обучает индивидов интерпретировать и создавать сообщения, выбирать наиболее подходящие для коммуникации медиа и позволяет людям осуществлять их право на свободу самовыражения и информацию, что не только способствует личному развитию, но и увеличивает социальное участие и интерактивность. В этом смысле медиаобразование готовит к демократическому гражданству и политическому пониманию. Необходимо развивать медиаобразование как часть концепции обучения в течение всей жизни человека.

Один из самых авторитетных зарубежных медиапедагогов Л. Мастерман называл свою теорию «репрезентационной» медиаграмотностью, подчеркивая, что имеется в виду «понимание способов, которыми медиа представляют реальность, технологии и идеологии, которые при этом используются, что в итоге необходимо для всех граждан и будущих граждан демократического общества» [3]. По его мнению, потенциальные положительные результаты развития медиаграмотности включают:

- хорошую информированность в вопросе медийных трактовок;
- знание влияния ежедневных личных контактов с медиа на образ жизни, отношения и ценности;
- применение ключевых концепций медиаобразования для интерпретации / анализа медиатекстов, чтобы достигнуть глубины их понимания;
- развитие интереса к программным тенденциям как к пути изучения культуры;
- знания о проблемах собственности и правительственного регулирования в медийном мире;
- рассмотрение роли медиа в индивидуальном принятии решений;
- анализ возможных влияний медиа-текстов на определенные решения или поведение, воздействия медиа на покупку товаров потребителем, на выбор политических кандидатов, выбор действий или стандартов конфликтов.

Понятие «медиаграмотность» появилось благодаря экранным средствам медиа и соотносилось с понятиями «критическое видение» и «визуальная грамотность». Сегодня медиаграмотность рассматривают как часть более широких понятий — «информационная грамотность» и «медиаобразование» (К. Ворсноп, Л. Мастерман, А. В. Федоров, А.В. Шариков и др.).

В программах ЮНЕСКО, посвященных медиа- и информационной грамотности, рассматривается следующая структура медиаграмотности:

- понимание роли и функции медиа в демократическом обществе;
- понимание условий, при которых медиа могут выполнять свои функции;
- критическая оценка контента медиа в свете присущих им функций;
- взаимодействие с медиа для самовыражения и участия в демократических процессах;
- актуализация навыков, необходимых для создания пользовательского контента медиа.

Заключение. Таким образом, под медиаграмотностью как составляющей информационной грамотности современного специалиста понимается соответствие требованиям современного информационного общества. Она представляет собой комплекс знаний, умений и навыков, необходимых для понимания средств массовой коммуникации и форматов, в которых осуществляются создание, хранение, передача и представление данных, информации и знаний, а также умений анализировать и создавать медиainформацию, представленную в разных формах.

Список цитируемых источников

1. *Галкина, М. Ю.* Прогноз изменения государственного регулирования российских СМИ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mediascore.ru/2243>. — Дата доступа: 15.10.2022.
2. *Гендина, Н. И.* Информационная культура и медиаграмотность в России // Знание. Понимание. Умение, — 2013. — № 4. — С. 77—83.
3. *Вартанова, Е. Л.* Медиаграмотность в цифровой среде [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.journ.msu.ru/downloads/2019/med-tre-69-mak-fin.pdf>. — Дата доступа: 15.10.2022.