

УДК 37.026.8:004

Ж. Л. Романова

Формирование медиаграмотности в современной полилогической информационной среде

Рассматриваются влияние современных технологий на развитие и наполнение информационной среды, трансформирование ее из монологической в полилогическую. Обосновывается необходимость овладения компетенциями, раскрываются перспективные формы и методы работы библиотек по формированию медиаграмотности пользователей, необходимой для эффективного использования медийного пространства и создания качественного контента.

В эпоху стремительного развития цифровых коммуникаций, благоприятствующих активному развитию и функционированию информационной среды, актуальной задачей для каждого современного человека является овладение важнейшими компетенциями, позволяющими воспринимать, оценивать качество и достоверность циркулирующей в медиапространстве информации, создавать и распространять контент разных форм и жанров, используя для этого всевозможные технологии, инструменты и каналы. Данные компетенции составляют медиаграмотность, изучению которой уделяли внимание Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, М. Гутиерес, Б. Гройс, Ж. Деррида, Р. Корнел, М. Маклюэн, Г. Маркузе, Т. Дж. Митчелл, М. Кастельс, Н. Луман, М. В. Жижина, Н. И. Гендина, Е. М. Кузнецов, А. А. Новикова, А. В. Федоров, И. В. Чельшева и др.

Пристальное внимание к феномену медиаграмотности обусловлено особенностями современного этапа развития цивилизации, отличительной особенностью которого является появление интернет-технологии, ставшей движущей силой современных социокультурных трансформаций и цифровизации всех сфер жизни и деятельности человека. По мнению Ю. Н. Киселевой, это привело к одновременному изменению технологической и социальной сфер бытия, формированию новой модели общества, отличающейся от предыдущей коммуникационными и поведенческими схемами, способами приобретения, интерпретации и трансляции знаний, типом восприятия и конструирования реальности [5].

В связи с этим, во-первых, появилась возможность аккумулировать и транслировать гигантские информационные массивы на огромную пользовательскую аудиторию. Согласно отчетам о состоянии цифровых технологий на 2019 г., подготовленным агентством We Are Social и сер-

висом Hootsuite, аудитория Интернета составляет 4,39 млрд человек и увеличивается на 1 млн новых пользователей в день, которые проводят в онлайн в среднем 6 ч 42 мин ежедневно [1; 8]. В мире насчитывается более 1 млрд веб-сайтов (данные интернет-трекера internetlivestats.com). Только в блогах публикуется 4 млн сообщений в день [3]. Наличие такой глобальной медиасреды обуславливает важность формирования у интернет-аудитории навыков поиска информации и ориентации в ней.

Во-вторых, изменилась сущность коммуникации. М. Кастельс ее определяет как сосуществование, дополнение и взаимодействие трех форм коммуникации – межличностной, массовой и массовой самокоммуникации, объединяющихся в многокомпонентный, интерактивный, цифровой гипертекст. Он «включает, смешивает и перераспределяет в их разнообразии всю сферу культурных представлений, передаваемых в ходе человеческого взаимодействия» [4, с. 74]. Данные представления, оформленные в виде медиатекстов, отличаются по своим качественным характеристикам, имеют разную ценность, поэтому у пользователей должны быть сформированы навыки и умения их критической оценки и отбора.

Наконец, информационная среда подверглась трансформации, приобрела полилогический характер и стала позиционироваться свободной от ограничений. До появления Интернета она носила «монологический» характер, поскольку создавалась и распространялась немногочисленными субъектами и пассивно потреблялась большинством населения. В данном случае важное значение имел интеллектуальный, творческий и нравственно-ценностный потенциал авторов, от которых зависело качество текстов и то влияние, что они оказывали на пользователей. С появлением на основе технологии Web 2.0 социальных медиа, – пространства коммуникации и всеобщего творчества его субъектов, обеспечиваемого в режиме реального времени многочисленными и экспоненциально развивающимися мобильными устройствами, – информационная среда трансформировалась из «монологической» в «полилогическую», где произошло слияние автора и пользователя, «когда homo legens, Человек читающий гутенберговой цивилизации, уступает место Человеку пишущему и создающему» [5].

Таким образом, содержание и качество публикуемых текстов стало напрямую зависеть от уровня развития и системы ценностей всех субъектов информационного пространства, поскольку они являются одновременно и создателями, и потребителями, и распространителями контента и зависимы от него. Образовательный, культурный, нравственный уровень участников сетевых отношений обусловлен внешней средой их жизни и деятельности, контекстом конкретной эпохи, их социоэконо-

мическим статусом и зависит от «целенаправленного воздействия на их ценности, суждения, оценки, мнение и поведение информационных массивов и потоков, генерируемых в медиасреде» [6].

А. М. Кузьмин медиасреду определяет как пространство, где посредством управления информационными потоками формируется, распространяется и воспроизводится с помощью массовых коммуникаций и СМИ культура общества [Там же]. Следует отметить, что из огромного количества информации важно отсеять недостоверные, некорректные данные, которые носят манипулятивный характер, и отдавать предпочтение проверенным источникам.

Полилогический характер медиасреды, предполагающий свободный обмен информационными сообщениями между пользователями, с одной стороны, содействует распространению ресурсов, помогающих развитию и профессиональной коммуникации людей, с другой – появлению большого массива сообщений, не несущих никакой смысловой и ценностной нагрузки. Ну и помимо этого – быстрой смене в пространстве социальных медиа приоритетных форм взаимодействия, имеющих специфические особенности, знание которых делает процессы передачи и восприятия контента наиболее эффективными.

Так, совсем недавно основу коммуникации составляли текстовые сообщения, а современная динамичная жизнь характеризуется «насыщенностью визуальных образов»¹. Некоторые специалисты рассматривают визуальную культуру как новую коммуникативную парадигму культуры, дополняющую традиционные формы общения – устную и письменную [2]. Согласно материалам отчетов о состоянии цифровых технологий на 2019 г., видео-контент становится все более популярным среди интернет-пользователей. Основываясь на данных исследований SimilarWeb, самыми популярными веб-сайтами в мире в 2019 г. являются Google, Facebook, видеохостинг YouTube, который занимает второе место среди самых посещаемых сайтов, а запрос со словом «видео» – четвертое место по количеству посетителей. По данным GlobalWebIndex, потребителями онлайн-видео-контента являются 92 % интернет-пользователей. Одним из самых популярных трендов в социальных сетях называют формат «историй» – вертикальных фото и видео, продолжительностью до минуты, которые выкладываются вверху новостной ленты на короткое время [1; 8].

¹ Дроздова А. В. Трансформация повседневных практик человека: от текста к визуальному образу // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 10. – С. 183–187.

По статистике количество пользователей социальных сетей составляет около 3,5 млрд. Четверть из них используют эти ресурсы для работы [Там же]. Это объясняет важность наличия знаний и навыков поиска, создания и обмена качественным контентом, исполнения приемлемых в цифровом пространстве этических и правовых норм, знания и грамотного использования особенностей разных форм коммуникации. Следовательно, в составе ключевых компетенций современного человека должны быть компетенции в области медиаграмотности, определяющие эффективность и корректность взаимодействия в полилогической среде.

Медиаграмотность можно определить как совокупность знаний об особенностях и ресурсах медиасреды, коммуникации в ней; умений поиска, анализа, оценки и отбора сообщений; навыков создания и распространения текстов в сети Интернет. В соответствии с данной дефиницией и положениями, обозначенными в документах ЮНЕСКО, к компетенциям в области медиаграмотности можно отнести способность видеть, слышать, интерпретировать медиаконтент, понимать влияние средств массовой коммуникации и знать формы представления информации в них; владеть разнообразными техническими средствами создания и использования сетевых текстов; уметь декодировать их для оценки практической значимости, содержащихся в них культурных ценностей и идей; уметь общаться при помощи медиа и поддерживать публичный дискурс, использовать их для создания контента с целью самовыражения и творчества, с соблюдением правил этики и информационной безопасности.

Таким образом, медиаграмотность – это целостная система, включающая элементы лингвистической, эстетической, этической, правовой, коммуникативной и интеллектуальной культуры. Ее освоение дает возможность осознанно вырабатывать независимое собственное мнение, основанное на достоверных и качественных медиасообщениях.

В связи с особой значимостью для современного человека обозначенных выше компетенций, формирование медиаграмотности должно стать одним из важных направлений деятельности образовательных, информационных и культурных социальных институтов.

Библиотека, будучи интегративным социальным институтом, имеет для этого все возможности и средства. Во-первых, в ней работают квалифицированные специалисты, умеющие взаимодействовать с информационными ресурсами и средой, имеющие навыки организации просветительских и образовательных мероприятий, кроме этого, при наличии соответствующей подготовки, обладающие необходимыми компетенциями для разработки информационно-образовательных

ресурсов, предназначенных для овладения пользователями медиаграмотностью. Во-вторых, в библиотечных фондах и базах данных сосредоточены необходимые для разработки занятий и обучения целевой аудитории документы. Наконец, в библиотеке присутствует необходимая материально-техническая база.

Следует отметить, что отдельные белорусские библиотеки, в первую очередь детские, проводят разовые мероприятия, направленные на овладение пользователями отдельными знаниями в области медиаграмотности. Однако система занятий, нацеленная на комплексное ее формирование, отсутствует.

Целесообразным видится подход, при котором пользователи в рамках цикла мероприятий вовлекаются в творческую деятельность, направленную на восприятие, интерпретацию, анализ и создание сообщений, усвоение знаний о медиакультуре. Обучение желательно строить на проблемных, эвристических, игровых и иных продуктивных формах, развивающих индивидуальность пользователей, самостоятельность их мышления, стимулирующих их способности. Это могут быть тренинги, игры, квесты, викторины, предполагающие выполнение творческих заданий, ответы на вопросы, решение проблемных и практико-ориентированных задач [7].

Одним из методов организации занятий может стать театрализация, предполагающая имитацию процесса создания и распространения медиатекста. Подготовленные театральные постановки, как правило, предназначаются для демонстрации широкой аудитории, что позволяет участникам не только самим получать знания, но и обучать других.

Важно отметить, что деятельность библиотекарей, обусловленная информатизацией и интеллектуализацией общества, требует использования интерактивных методов при формировании медиаграмотности и необходимых знаний в области библиотечно-информационной, социокультурной деятельности, педагогики, психологии, информатики, журналистики, социальных коммуникаций, информационных этики и права. Удовлетворение этой потребности возможно при корректировке профессиональной подготовки будущих работников библиотек.

Сегодня в учебном плане ФИДК БГУКИ есть дисциплина «Информационная культура личности», в рамках которой рассматриваются в том числе и вопросы медиаграмотности, но в достаточной мере охватить их не позволяет небольшое количество часов и обширность материала. Введение специальных предметов успешно решило бы задачи получения библиотекарями-библиографами необходимых компетенций. К числу таких дисциплин можно отнести «Основы медиаграмотно-

сти», «Библиотечная интернет-журналистика», «Цифровой маркетинг», «Контент-менеджмент», которые в совокупности способствовали бы получению теоретических знаний и практических навыков по формированию медиаграмотности пользователей и созданию медиатекстов.

Таким образом, распространение и использование новых ИКТ в условиях полилогической информационной среды создают возможности для развития человека, совершенствования общества, в котором основным ресурсом становится информация. При этом уровень данного общества определяется не только количеством мобильных компьютерных устройств, умением использовать их для поиска, создания и распространения контента, но и медиаграмотностью его субъектов – наличием ценностных ориентаций, лингвистической культуры, способности критически мыслить и оценивать качество источников, соблюдать этические и правовые нормы информационного пространства, эффективно использовать сетевые ресурсы для развития и личностного роста. Формирование медиаграмотности может и должно стать одним из ключевых направлений деятельности современных библиотек, а также подготовки их работников в профильных учреждениях образования.

1. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/>. – Дата доступа: 23.05.2019.

2. Гуманитарный лексикон : учеб. пособие / под ред. В. А. Рабоша, Л. В. Никифоровой. – СПб. : Астерион, 2009. – 268 с.

3. Интернет-статистика 100 + и факты для 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.websitehostingrating.com/ru/internet-statistics-facts/>. – Дата доступа: 22.05.2019.

4. Кастельс, М. Власть коммуникации / М. Кастельс. – М. : Высшая школа экономики, 2016. – 565 с.

5. Киселева, Ю. Н. Информационные революции и трансформация парадигмальных оснований современной социокультурной реальности [Электронный ресурс] / Ю. Н. Киселева // Информатика та комп'ютерні технології : збірка праць VII міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих науковців, Донецьк, 22–23 лист. 2011 р. : в 2 т. – Донецьк, 2011. – Т. 1. – С. 28–34. – Режим доступа: <http://masters.donntu.org/2012/fknt/kyselyova/library/index.htm>. – Дата доступа: 12.05.2019.

6. Кузьмин, А. М. Категория «медиасреда» и ее содержание на современном этапе развития общества [Электронный ресурс] / А. М. Кузьмин // Медиаскоп. – 2011. – № 1. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/765>. – Дата доступа: 19.05.2019.

7. Федоров, А. В. Программа учебного спецкурса «Медиаобразование и медиакомпетентность в зарубежных странах» [Электронный ресурс] / А. В. Федоров // Медиаобразование. – 2008. – № 1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/programma-uchebnogo-spetskursa-mediaobrazovanie-i-mediakompetentnostvzarubezhnyh-stranah>. – Дата доступа: 19.05.2019.

8. Digital in 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>. – Дата доступа: 22.08.2019.

Zh. Romanova

Formation of media literacy in modern polylogical information environment

The influence of modern technologies on the development and content of the information environment, its transformation from monological to polylogical is considered. The article justifies the need to master the competencies, reveals the promising forms and methods of work of libraries on the formation of media literacy of users, which is necessary for the effective using of media space and the creation of high-quality content.

Дата паступлення артыкула ў рэдакцыю: 24.05.2019.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ