Казаков Александр Александрович, кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

МЕДИАГРАМОТНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ: К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПОНЯТИЯ

В зарубежной и отечественной науке до сих пор нет единого, разделяемого большинством ученых понимания сути медиаграмотности. Определяя данный феномен, исследователи делают акцент на разных его сторонах, используют для своего анализа различные ракурсы. Учитывая специфику отечественного политического процесса и особенности политической культуры в современной России, а также отталкиваясь от содержания распространенных на Западе подходов, автор формулирует собственное определение медиаграмотности, очерчивает место данного феномена в ряду аналогичных и синонимичных ему категорий, а также показывает роль медиаграмотности в формировании определенного типа политической культуры отдельного человека, социальной группы и общества в целом.

Ключевые слова: *медиаграмотность, политическая культура, массмедиа, медиатекст, Россия.*

Alexander A. Kazakov, PhD in Political Science, Associate Professor at the Chair of Political Science, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

MEDIA LITERACY WITHIN THE CONTEXT OF POLITICAL CULTURE: REVISITING THE DEFINITION OF THE TERM

There is no conventional conception of media literacy in both foreign and home scholarship. While defining this term, scholars place an emphasis on its several facets and analyze it from different angles. Bearing in mind the specifics of the political process and the particularities of political culture in contemporary Russia, as well as drawing on the approaches widely spread abroad, the author formulates his own definition of media literacy: a personal ability to find information needed among a wide range of mass media publications, to critically interpret and verify it and, if necessary, to produce elementary media messages. The niche occupied by this phenomenon among analogous and synonymous categories is outlined and the role of media literacy in shaping a certain type of political culture of a person, a social group or the entire society is described.

Key words: *media literacy, political culture, mass media, media text, Russia.*

Введение

Российские и зарубежные ученые достаточно давно и активно разрабатывают самые различные аспекты политической культуры. В рамках данной статьи этот феномен затрагивается в весьма специфическом для отечественных исследований контексте – сквозь призму одного из структурных элементов политической культуры и его способности оказывать положительное воздействие на качество политической системы в целом. Имеем в виду такое относительно новое для российской коммуникативистики понятие, как медиаграмотность (от англ. media literacy).

Являющиеся составными частями политической культуры убеждения, представления, установки и модели поведения (Баталов, 2002: 10) во многом складываются под влиянием средств массовой информации. Таким образом, получается, что массмедиа оказывают непосредственное воздействие на характер политической культуры как отдельного человека, так и общества в целом. В этой связи совершенно справедливой представляется идея, сформулированная О.Н. Фоминым, предложившим разделять между собой политическую культуру, политическое знание и информированность. По его мнению, не всякое знание о политике становится частью политической культуры, равно как и информированность сама по себе (которая «достигается через систему коммуникаций, подвержена воздействию манипулятивных технологий и требует «быть в курсе») не может считаться залогом высокого уровня развития политической культуры (Фомин, 2012: 87–88).

Вместе с тем мы убеждены в том, что в современном мире именно СМИ предлагают аудитории тот информационный продукт, который в конечном итоге ложится в основу формируемых у личности представлений (в интерпретации О.Н. Фомина – знаний и информированности) о политическом процессе и, тем самым, пусть и опосредованно, влияет на складывание того или иного типа политической культуры. Однако, к сожалению, в силу самых различных причин далеко не всегда транслируемый массмедиа контент в полной мере соответствует тому, что существует в действительности. Стало быть, не имея возможности воочию наблюдать происходящие в окружающем мире события и процессы, конкретный человек и общество в целом становятся своего рода заложниками журналистов и того, каким образом – под каким углом, в

чьих интересах и насколько объективно – они расскажут, покажут или напишут о наблюдаемых ими явлениях.

Способен ли индивид каким-то образом снизить собственную зависимость от работников медиаиндустрии? В состоянии ли человек самостоятельно ориентироваться в постоянно увеличивающихся потоках информации? Может ли рядовой гражданин сам определить, где ложь, правда, полуправда или, как все чаще говорят в последнее время, «постправда»? На наш взгляд, все это абсолютно реально при условии, если личность обладает определенным набором знаний, умений и навыков в отношении переработки медиатекстов. В самом общем виде мы будем называть это медиаграмотностью.

Media literacy в отечественной и зарубежной науке

Анализ степени научной разработанности проблематики медиаграмотности в России привел нас к выводу о том, что чаще всего данная тематика рассматривается в контексте педагогики и медиаобразования. Наши ученые активно изучают зарубежный и отечественный опыт разработки соответствующих учебных программ (Гендина, 2009; Левицкая, 2016; Федоров, 2015; Якушина, 2014), анализируют усилия международных организаций (ЮНЕСКО, ИФЛА – Международная Федерация библиотечных организаций и учреждений) по продвижению идей медиа- и информационной грамотности (Жилавская, 2014), дискутируют о соотношении используемых в этой сфере терминов (Мукан, Фучила, 2014; Федоров, 2013), исследуют информационные компетенции отдельных социальных групп (Киреева, 2015) и т.д. Кроме этого, иногда вопросы медиаграмотности косвенно затрагиваются в контексте используемых СМИ манипулятивных технологий и восприятия медиатекстов аудиторией (Вырковский, Любимцева, 2015; Ильченко, 2016; Казаков, 2016).

В целом же нужно признать, что в настоящий момент в российской коммуникативистике отсутствует единое и устоявшееся понимание сути медиаграмотности. Более того, объем внимания, уделяемого этому феномену в отечественной науке (особенно в политико-культурном контексте), значительно меньше, чем на Западе. Именно поэтому считаем необходимым подробнее остано-

виться на том, как трактуют медиаграмотность наши европейские и американские коллеги.

Следует отметить, что в зарубежной науке существует достаточно много определений медиаграмотности. При этом весьма примечателен тот факт, что авторство большой части из них принадлежит не конкретным ученым, а самым различным общественным структурам, фондам и организациям, так или иначе занимающимся распространением идей и принципов грамотного отношения к медиатекстам. На наш взгляд, данное обстоятельство весьма красноречиво свидетельствует о том, насколько важными такие умения считаются на Западе.

Изучение внушительного массива посвященной проблемам медиаграмотности литературы (в общей сложности было проанализировано более ста англоязычных публикаций) дало нам основания полагать, что большинство определений в той или иной степени опираются на дефиницию, впервые сформулированную в ходе Национальной конференции по лидерству в сфере медиаграмотности в 1993 г. Автор доклада по итогам конференции П. Ауфдерхайде определила тогда медиаграмотность как «способность найти (получить доступ), проанализировать, оценить и передать информационное сообщение во всем многообразии его форм» (Aufderheide, 1993). В каком-то смысле задав тон в понимании данного феномена, в дальнейшем это определение (с незначительными корректировками или без них) нередко использовалось другими учеными (Christ, Potter, 1998; Hobbs, Jensen, 2009).

Наряду с этим наиболее популярным определением медиаграмотности существует также и множество других ее трактовок, каждая из которых делает акцент на том аспекте интересующего нас феномена, который представляется наиболее важным автору той или иной дефиниции. Для того, чтобы показать как можно более широкий спектр существующих интерпретаций медиаграмотности, считаем целесообразным сначала привести ряд распространенных в науке определений, а затем проанализировать их.

Таблица 1

Определения медиаграмотности

Автор(ы)	Трактовка медиаграмотности
Адамс и Хэмм	«...способность индивида определять значение визуальных и вербальных символов, которые он ежедневно получает посредством телевидения, рекламы, фильмов или цифровых медиа ... это больше, чем просто декодирование поступаемой информации: медиаграмотность также предполагает критическое осмысление получаемых данных, способность ориентироваться в окружающей человека медиаиндустрии и – при необходимости – самому создавать информационные сообщения» (Adams, Hamm, 2001: 33).
Андерсон	«...умелый сбор, интерпретация, проверка и применение получаемой информации – вне зависимости от того, из какого типа медиа она получена» (Anderson, 1981: 22).
Бартон и Хамилтон	«...деятельность, условно разворачивающаяся в пространстве между мыслью и текстом. Это не просто набор навыков, которыми должен обладать индивид, – подобно большинству других видов человеческой активности, медиаграмотность по своей сути социальна – прежде всего она проявляет себя в процессе взаимодействия между людьми» (Цит. по Mackey, 2007: 3).
Шолль и Денски	«...медиаграмотность должна быть концептуализирована в рамках критической педагогики и пониматься как политическая, социальная и культурная практика» (Sholle, Denski, 1995: 17).
Сиверблатт и Элисейри	«...способность человека посредством критического мышления «расшифровывать» информацию, получаемую от средств массовой коммуникации, для того, чтобы составить собственное независимое суждение в отношении содержания медиасообщения» (Silverblatt, Eliceiri, 1997: 48).
Активная коалиция за медиаобразование (Action Coalition for Media Education)	Медиаграмотность необходима, чтобы «поощрять критическое мышление и свободу самовыражения, для изучения корпоративной медиасистемы и активного участия в жизни общества» (www.admecoalition.org/about.html).
Центр медийной грамотности (Center for Media Literacy)	«...общие принципы поиска, анализа, оценки требуемой информации и создания медиасообщений; это развитие столь необходимых для полноценной жизни в XXI в. способностей критически мыслить и создавать медиаконтент. Умение грамотно коммуницировать в рамках различных медиа – печатных и электронных, – а также находить, понимать, анализировать и оценивать образы, слова и звуки, составляющие современную медиакультуру» (www.medialit.org/pd_services.html#crash_course).

Продолжение таблицы 1

Организация «Дети сейчас» («Children Now»)	«...средство воспитания у детей способностей критически осмысливать увиденное» (www.childrennow.org/television/tv%2Das%2Da%2Dtool.htm).
Фонд «Граждане за медийную грамотность» («Citizens for Media Literacy»)	«...как критически воспринимать материалы телевидения и рекламу» (www.main.nc.us/cml/).
Коалиция за качественные детские медиа (Дети – прежде всего!) (Coalition for Quality Children's Media (KIDS FIRST!))	Главное предназначение медиаграмотности заключается в «выявлении телевизионных программ, которые интеллектуально и творчески развивают ребенка, разрушают расовые, гендерные, культурные и прочие (в том числе связанные с отношением к инвалидности) границы и предрассудки и произведены в соответствии с высокими техническими и художественными стандартами» (www.kidsfirst.org/kidsfirst/html/whatcq.htm).
Сеть медийной осведомленности (Media Awareness Network)	«...опирающиеся на критическое мышление способности "читать" все сообщения, которые ежедневно информируют, развлекают или рекламируют что-либо людям» (www.media-awareness.ca/eng).
Фонд медийного образования (Media Education Foundation)	«...средства и вокабуляр, необходимые для переосмысления медийных образов и их влияния на то, каким образом мы оцениваем наш персональный, политический, экономический и культурный миры» (www.mediaed.org/index_html).
Медиа-дозор (Media Watch)	Медиаграмотность нужна для «борьбы с оскорбительными стереотипами и прочими предвзятыми медийными образами, часто встречающимися в СМИ» (www.mediawatch.com/).
Национальная коммуникационная ассоциация (National Communication Association)	«...медийно грамотный человек понимает, каким образом слова, образы и звуки влияют на то, как в современном мире создаются и транслируются смыслы; такой человек в состоянии оценить значимость и ценность медиа и создаваемых ими сообщений» (www.natcom.org/instruction/k-12/standards.pdf).
Национальный телемедиа совет (The National Telemedia Council)	«...способность выбирать, понимать (в плане содержания, формы/стиля, влияния и процесса производства), подвергать сомнению, оценивать и создавать медиасообщения, а также осмысленно реагировать на публикуемые материалы; это осознанное созерцание и рефлексивное суждение» (www.danenet.wicip.org/ntc/NTC.htm).
Северо-западный проект по медийной грамотности (Northwest Media Literacy Project)	«...способность критически оценивать медиасообщения в целях понимания их влияния на индивидов, группы людей, общество и планету в целом; это также и социальное движение, призванное повысить осведомленность человека о деятельности и влиянии СМИ» (www.mediathink.org/aboutML.htm).

Окончание таблицы 1

Управление национальной политики по контролю за наркотиками (Office of National Drug Control Policy)	Медиаграмотность необходима: «а) для осознания того, как медиасообщения влияют на людей (например, через развитие речевых компетенций по распознаванию манипулятивных технологий, навыков самозащиты от публикаций о наркотиках и опасном образе жизни); б) для развития критического мышления (то есть для осознания того, что медиасообщения создаются конкретными людьми, имеющими собственные точки зрения и коммерческие интересы, и для оценки степени точности и достоверности информации)» (www.nytimes.com/learning/teachers/NIE/medialiteracy/intro.pdf).

Условно в содержании большинства приведенных определений можно выделить несколько смысловых блоков – составных частей, которые по отдельности или в определенной комбинации присутствуют в упомянутых дефинициях.

Так, иногда в контексте медиаграмотности говорится об умении найти и отобрать (выбрать) ту информацию, которая необходима человеку для удовлетворения существующей у него потребности. При этом чаще всего здесь имеются в виду актуальные в настоящий момент данные и факты, циркулирующие в СМИ. Полагаем, что именно в этом – в характере искомых сведений – и заключается одно из основных отличий медиаграмотности от грамотности информационной. Последняя обычно ассоциируется с сугубо техническими навыками использования информационных систем, баз данных и ресурсов библиотек.

Наиболее общее понимание медиаграмотности предполагает, что, найдя требуемую информацию, человек затем не просто примет ее на веру, но и попытается осмыслить. В приведенных выше определениях для обозначения данного процесса используются слова «анализ», «интерпретация», «трактовка», «расшифровка», «декодирование» и др., а также производные от них. На наш взгляд, вне зависимости от того, каким образом это артикулировано, по своей сути это есть не что иное, как анализ полученных из массмедиа сведений.

Достаточно часто при этом уточняется, что подобный анализ осуществляется посредством «критического мышления» человека. Характерно, что лишь в четырех из приведенных выше дефиниций отсутствует упоминание либо аналитической обработки получае-

мой человеком информации, либо использования для этого навыков критического мышления. В отдельных случаях присутствуют оба этих компонента.

Что же люди обычно делают с полученными и критически осмысленными сведениями? Для чего им это нужно? Ответы на эти вопросы, как правило, содержатся во второй части большинства определений медиаграмотности. Суммировав и обобщив их содержание, мы пришли к выводу, что подобного рода переработка информации необходима личности: а) либо для ориентации в окружающих ее потоках данных или политической/медийной системе в целом; б) либо для защиты от пагубного влияния чего-либо (манипулятивных технологий, неблагоприятных явлений социальной среды и т.п.); в) либо же для использования в качестве педагогического средства воздействия на кого-либо (преимущественно – на детей, подростков и молодых людей).

Наконец, еще один аспект, периодически встречающийся в анализируемых определениях, – это наличие у человека навыков создания собственных медиасообщений. Отдельные ученые полагают, что медийно грамотный человек при наличии соответствующей необходимости должен уметь самостоятельно продуцировать информационные сообщения (как правило, в Интернете). Заметим при этом, что по данному вопросу в научном сообществе до сих пор ведутся споры. Помимо тех, кто считает умение создавать медиапродукт атрибутом медиаграмотности, есть и те, кто выводит это за рамки интересующего нас феномена.

Приведем сводную таблицу, в которой отображено наличие условно выделенных нами компонентов в каждом из упомянутых выше определений (табл. 2).

Таблица 2

Основные атрибуты медиаграмотности

Автор(ы) определения	Поиск	Анализ	Критическое мышление	Ориентация	Педагогическое средство	Защита	Создание медиа-продукта
Адамс и Хэмм		+		+			+
Андерсон	+	+					
Бартон и Хамилтон							
Шолль и Денски					+		
Сиверблатт и Элисейри		+	+				
Активная коалиция за медиаобразование			+	+			
Центр медийной грамотности	+	+	+				+
Организация «Дети сейчас»			+		+		
Фонд «Граждане за медийную грамотность»			+				
Коалиция за качественные детские медиа (Дети – прежде всего!)					+		
Сеть медийной осведомленности		+	+				
Фонд медийного образования		+					
Медиадозор						+	
Национальная коммуникационная ассоциация		+					
Национальный телемедиа совет	+	+					+
Северо-западный проект по медийной грамотности		+				+	
Управление национальной политики по контролю за наркотиками			+			+	

Медиаграмотность: вариант определения

Принимая все это во внимание, считаем возможным предложить собственное понимание сути медиаграмотности. На наш взгляд, это, прежде всего, *умение человека находить в материалах*

массмедиа интересующую его информацию, критически ее осмысливать и проверять достоверность, а также – при наличии соответствующей необходимости – самому создавать элементарные медийные сообщения. Коротко поясним каждый из компонентов данного определения.

Под умением находить в СМИ необходимую информацию мы имеем в виду не только и не столько сугубо техническую сторону этого процесса, сколько способность человека ориентироваться в медиапространстве. Иными словами, медийно грамотная личность должна иметь хотя бы общее представление о тематической «специализации» основных СМИ той или иной страны и знать, где (на каком ресурсе), когда и каким образом можно получить интересующие его сведения. Проще говоря, желая выяснить что-то, например, из сферы внешней политики, индивид должен знать основные телепрограммы, интернет-сайты или, скажем, журналы, специализирующиеся на этом.

Сюда же мы относим и способность человека понимать, к какому из условных политических лагерей (либеральному, консервативному, государственническому и т.д.) принадлежит тот или иной медийный ресурс, а также осознание того, что для получения более объективной и взвешенной информации, как правило, необходимо стремиться к анализу точек зрения представителей различных по своим политическим пристрастиям СМИ.

Критическое осмысление и проверку достоверности транслируемой журналистами информации мы также считаем важнейшим элементом медиаграмотности. По большому счету, это, пожалуй, самый значимый ее элемент.

Наконец, заключительная часть предложенного нами определения – о способности создавать информационные сообщения. В данном случае мы исходим из того, что в полном смысле медийно грамотный человек должен быть в состоянии написать минитекст (как минимум пост в социальных сетях) и, что, возможно, даже более важно, уметь грамотно его распространить, т.е. донести до максимально более широкого круга получателей. При этом, разумеется, мы отдаем себе отчет в том, что у человека вполне может не быть нужды делиться своими мнениями и соображениями с окружающими. Именно поэтому – с учетом такой вероятности – в нашем определении содержится фраза «при наличии соответствующей необходимости».

Апробация результатов данного исследования (в частности, сюжетов, связанных с определением рассматриваемого феномена) убедила нас в необходимости отдельно прописать наше понимание соотношения медиаграмотности и семиотики. Полагаем, что ставить знак равенства между ними неправильно. На наш взгляд, медиаграмотность (в том смысле, в котором ее принято понимать) шире семиотики, так как предполагает не только толкование текстов и заложенных в них смыслов, но и поиск этих самых текстов, проверку достоверности содержащихся в них фактов и – если понадобится – создание медиасообщений. В данном случае мы, скорее, склонны разделить точку зрения Э. Гейнса, считающего семиотику одним из средств или методов анализа текстов массмедиа (Gaines, 2008: 246).

Медийная и другие виды грамотности

Вообще, вопрос о том, как правильнее и точнее называть комплекс рассматриваемых умений, до сих пор сохраняет свою актуальность. Помимо собственно «медиаграмотности», учеными предлагаются и другие категории. Так, например, в немецкоязычных странах и в Скандинавии достаточно часто используется термин «медийная компетентность» (Baacke, 1996; Lankshear, Knobel, 2008). Кроме этого, нередко можно встретить упоминания об информационной, визуальной и цифровой грамотности. Первая чаще всего подразумевает эффективное использование разнообразных библиотечных ресурсов для поиска необходимых человеку сведений, вторая – способность грамотной интерпретации изображений (Erstad, Synnøve, 2013; Messaris, 1994), третья – умение находить необходимую информацию в Интернете (Bawden, 2008; Gilster, 1997; Koltay, 2011).

Принимая во внимание видовое многообразие современных медиа и, как следствие, весьма широкий круг умений, необходимых для их анализа, отдельные исследователи предлагают отразить это и в самом термине, расширив «медиаграмотность» до «мультимодальной грамотности» (Jewitt, 2008; Kress, Günther, 2003), «множественной медиаграмотности» (Meyrowitz, 1998), «мультиграмотности» (Cope, Kalantzis, 2000) или «мета-медийной грамотности» (Lemke, 2004). Кто-то же считает целесообразным использовать ставший уже привычным термин, но при этом слово «грамотность» использовать во множественном числе (Erstad, Synnøve, 2013: 87).

На наш взгляд, «медиаграмотность» вполне адекватно отражает суть описываемых умений. Она, несомненно, шире, чем грамотность информационная или визуальная, и по своему внутреннему содержанию предполагает способность человека ориентироваться в различных видах медиа. Поэтому мы не видим здесь острой необходимости в подчеркивании «множественности» ни через добавление соответствующих определений, ни уж – тем более – посредством использования слова «грамотность» во множественном числе (если в английском «literacies» звучит вполне привычно, то в русском языке «грамотности» выглядит весьма странно).

Вместе с тем наряду с «медиаграмотностью» нам представляется абсолютно правомерным и оправданным использование термина «медийная компетентность». Если под компетентностью понимать наличие опыта и знаний, необходимых для успешной деятельности в конкретной сфере, то в таком случае это будет четко вписываться в те смыслы, которые принято вкладывать в понятие медиаграмотности. Полагаем, что в ракурсе настоящего исследования «грамотность» и «компетентность» вполне могут использоваться как синонимы. Небольшое предпочтение, которое мы отдаем первому термину, по большому счету, продиктовано двумя обстоятельствами.

Во-первых, тем, что в западной науке более распространенной и привычной является все же медийная «грамотность» (media literacy), а не «компетентность». Во-вторых, нашим желанием на уровне восприятия слов подчеркнуть важность формирования у каждого человека анализируемых навыков: быть «компетентным в чем-либо» обычно воспринимается как нечто желаемое, но не абсолютно необходимое, а вот быть «грамотным» (пусть и применительно к отдельно взятой медийной сфере) звучит как нечто само собой разумеющееся. К тому же само понятие грамотности, на наш взгляд, за последние полвека существенно трансформировалось. Если раньше под этим понималось исключительно умение читать и писать, то теперь сюда включается более широкий спектр навыков социальной коммуникации, включая способность эффективно перерабатывать информацию, получаемую из массмедиа. Это своего рода «расширенная грамотность» (Cappello, Felini, Hobbs, 2011: 68), обладая которой человек может полноценно участвовать в жизни современного общества.

Медиаграмотность: виды, подходы, акценты

Следует отметить, что, помимо различных видов грамотности как таковой, в зарубежной науке принято различать отдельные разновидности и в рамках самой медиаграмотности. В частности, достаточно распространенным является подход, в соответствии с которым выделяют смысловую (media content literacy), технологическую (media grammar literacy) и видовую (media medium literacy) медиаграмотности.

Первая предполагает умение декодировать заложенные в медиасообщении явные и латентные идеи и смыслы. В центре внимания в данном случае находится исключительно содержание транслируемого текста. Вторая разновидность медиаграмотности подразумевает внимание к техническим особенностям оформления сообщения – таким, например, как крупные планы, соответствующее освещение и цветовое оформление в телевидении, пространственная структура номера, размер и тип шрифта в печатной прессе, звуковое сопровождение эфира на радио и т.д. Наконец, видовая медиаграмотность означает осознание различий между разными типами СМИ – прессой, радио, телевидением, Интернетом; понимание возможностей и ограничений, с которыми сталкиваются представители того или иного вида медиа (Meyrowitz, 1998; Jeong, Cho, Hwang, 2012: 455).

Отдельно выделяют также и структурную медиаграмотность (с акцентом на учете социально-экономических и политических условий, в которых функционируют массмедиа в конкретной стране, – степени их свободы/несвободы, распространенных форм собственности медиаорганизаций, особенностей общественного запроса на независимую информацию и т.д.) (Lewis, Jhally, 1998), однако в западной науке эта разновидность упоминается реже, чем три предыдущих.

Между тем, нам представляется, что в контексте политической культуры именно этот – структурный – вид медиаграмотности является особенно важным. Не умаляя значимости трех рассмотренных выше разновидностей, предположим, что осознание специфики той внутренней и внешней среды, в которой функционируют СМИ, адекватная оценка актуального уровня свободы слова и печати, объективное восприятие потребностей социума в получении качественной информации – все это можно рассматривать в качестве неотъемлемых атрибутов зрелой политической культуры общества.

Завершая разговор о различных разновидностях медиаграмотности, считаем необходимым упомянуть еще два весьма распространенных в современной науке подхода. Первый из них предполагает использование такого концепта, как новая медиаграмотность (new media literacy). Считается, что стремительное развитие новых информационных и телекоммуникационных технологий на рубеже XX и XXI вв. (в первую очередь – переход к Web 2.0) серьезным образом изменило и требования к человеку в плане его способностей использовать данные ресурсы. Сторонники этого подхода полагают, что набор навыков и умений, которыми сегодня должен обладать медийно грамотный индивид, значительно шире и разнообразнее того спектра компетенций, который был необходим для этого еще двадцать лет назад (Chen, Wu, Wang, 2011: 85–87; Lin, Li, Deng, Lee, 2014: 160–162).

Второй из упомянутых подходов вводит в научный дискурс понятие критической медиаграмотности (critical media literacy). По мнению его сторонников, ключевыми постулатами этого направления являются следующие: все медиатексты сконструированы их создателями с определенной целью и с использованием соответствующего языка, несут в себе конкретные заложенные в них журналистами идеи и смыслы; разные люди по-разному воспринимают одни и те же информационные сообщения; СМИ по своей природе ориентированы либо на получение прибыли, либо на приобретение социально-политического влияния для тех субъектов, которые за ними стоят (Kellner, Share, 2005: 374–376). Иными словами, в полном соответствии с наименованием данного подхода, акцент здесь делается на необходимости критического отношения к современным медиа: медийно грамотный человек должен не идеализировать их роль в обществе, а видеть у них вполне конкретные, зачастую корыстные интересы.

В нашем понимании, каждая из упомянутых выше разновидностей медиаграмотности (смысловая, технологическая, видовая, структурная, новая, критическая и др.) в той или иной степени актуализирует отдельный аспект рассматриваемого феномена. В одном случае на первый план выводится непосредственное содержание сообщения, в другом – технологические особенности информационного канала, по которому оно передается, в третьем – еще что-то. Предложенная западными учеными классификация, разумеется, имеет право на существование. Причем особенно продуктивным использование одной или нескольких из

этих разновидностей может быть в случаях, когда анализируются вполне конкретные навыки людей по обработке транслируемой журналистами информации.

Вместе с тем полагаем, что в нашем случае – когда все эти способности рассматриваются в контексте политической культуры – более целесообразно использовать «рамочный» термин «медиаграмотность». Считаем, что, во-первых, это позволит избежать терминологической путаницы (и нагромождений), а, во-вторых, медиаграмотность сама по себе – в том виде, в котором мы определили ее выше, – включает в себя (или, по крайней мере, подразумевает) практически все, на чем делается акцент в рамках многочисленных ее разновидностей и интерпретаций.

Таковы основные наиболее актуальные теоретические моменты, связанные с медиаграмотностью. В действительности же в современной науке до сих пор ведутся активные споры в отношении самых различных сторон данного феномена – его функционала, «дисциплинарной принадлежности», обязательности/факультативности соответствующих курсов в рамках образовательных учреждений, наиболее действенных способов культивирования навыков, нацеленных на повышение уровня медиаграмотности, и т.д. Среди прочего нами была обоснована значимость комплекса разнообразных медиакомпетенций в процессе формирования политической культуры граждан, проанализированы наиболее часто встречающиеся в зарубежной коммуникативистике определения медиаграмотности, выявлены присущие им структурные элементы, сформулировано авторское понимание данного феномена.

Несмотря на весьма большое количество самых различных новейших моделей и разновидностей медиаграмотности (смысловая, технологическая, видовая, структурная, новая, критическая и пр.), мы пришли к выводу, что, делая акцент на чем-то специфическом, каждая из них достаточно четко укладывается в рамки медиаграмотности в привычном ее понимании. Поэтому, держа в уме все возможные «специфические» варианты этой категории, в дальнейшем нам представляется совершенно оправданным использовать наиболее конвенциональный способ ее наименования.

Библиография

Баталов Э.Я. Политическая культура России сквозь призму civic culture // Pro et Contra. 2002. № 3. С. 5–17.

Вырковский А.В., Любимцева М.А. Восприятие аудиторией различных видов текста в российских деловых интернет-СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2015. №2. С. 143–167.

Гендина Н.И. Можно ли измерить информационную грамотность (культуру)? // Образование в документах. 2009. № 20 (213). С. 58–62.

Жилавская И.В. Проблема формирования понятийного аппарата медиаобразования в условиях конвергенции медиа- и информационной грамотности // Фундаментальные исследования. 2014. № 5–1. С. 213–217.

Ильченко С.Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Медиаскоп. 2016. № 4.

Казаков А.А. Методы манипулирования общественным сознанием в контексте медийной грамотности: политическое измерение // ПОЛИТЭКС. 2016. Том 12. № 3. С. 26–34.

Киреева Н.Н. Информационная культура и информационные предпочтения молодежи в медийном пространстве // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 10. С. 305–313.

Левицкая А.А. Формирование медийной грамотности и медиакритика в Канаде // Медиаскоп. 2016. №1.

Мукан Н.В., Фучила Е.Н. Определение понятия «информационная грамотность» // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 31. С. 147–149.

Федоров А.В. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в современной России // Инновации в образовании. 2015. № 3. С. 70–88.

Федоров А.В. Синтез медийной и информационной грамотности как новая тенденция, предложенная ЮНЕСКО: плюсы и минусы // Матер. Всеросс. науч.-практ. конф. «Прошлое – настоящее – будущее Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения». СПб: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та кино и телевидения, 2013. С. 330–335.

Фомин О.Н. Политическая культура как фактор политического процесса // Власть. № 3. 2012. С. 86–89.

Якушина Е.В. Разработка курса «Медиа-информационная грамотность и информационная безопасность» // Социальный компьютинг: основы, технологии развития, социально-гуманитарные эффекты (ISC-14): матлы III Междунар. науч.-практ. конф. М.: Изд-во МГГУ им. М.А. Шолохова, 2014. С. 346–362.

Adams D., Hamm M. (2001) *Literacy in a Multimedia Age*. – Norwood, MA: Christopher-Gordon Publishers.

Anderson J.A. (1981) Receivership Skills: An Educational Response. In Ploghoft M., Anderson J.A. (Eds.), *Education for the Television Age*. Springfield, IL: Charles C. Thomas.

Aufderheide P. (Ed.) (1993) *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen.

Baacke D. (1996) Medienkompetenz - Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In A. von Rein (ed.), *Medienkompetenz als Schl sselbegriff*, 112–124. Bad Heilbrunn: Klinkhard.

Bawden D. (2008) Origins and Concepts of Digital Literacy. In: Lankshear C., Knobel M. (ed.) *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*. New York: Peter Lang. Pp. 17–32.

Cappello G., Felini D., Hobbs R. (2011) Reflections on Global Developments in Media Literacy Education: Bridging Theory and Practice. *Journal of Media Literacy Education* 3(2): 66–73.

Chen D.-T., Wu J., Wang Y.-M. (2011) Unpacking New Media Literacy. *Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics* 9(2): 84–88.

Christ W. G., Potter W. J. (1998) Media Literacy, Media Education, and the Academy. *Journal of Communication* 48: 5–15.

Cope B., Kalantzis M. (eds.) (2000) *Multiliteracies: Literacy Learning and the Design of Social Futures*. London: Routledge.

Erstad O., Synn ve A. (2013) From Protection to Public Participation: A Review of Research Literature on Media Literacy. *Javnost* 20.2: 83–98.

Gaines E. (2008) Media Literacy and Semiotics: Toward a Future Taxonomy of Meaning. *Semiotica* 171(1–4): 290–308.

Gilster P. (1997) *Digital Literacy*. New York: Wiley.

Hobbs R., Jensen A. (2009) The Past, Present and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education* 1(1): 58–73.

Jeong S., Cho J., Hwang Y. (2012) Media Literacy Interventions: A Meta-Analytic Review. *Journal of Communication* 62: 454–472.

Jewitt C. (2008) Multimodality and Literacy in School Classrooms. *Review of Research in Education* 32: 241–267.

Kellner D., Share J. (2005) Toward Critical Media Literacy: Core Concepts, Debates, Organizations, and Policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 26(3): 369–386

Koltay T. (2011) The Media and the Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy. *Media, Culture & Society* 33(2): 211–221.

Kress G. (2003) *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge.

Lankshear C., Knobel M. eds. (2008) *Digital Literacies. Concepts, Policies and Practices*. New York: Peter Lang.

Lemke J. L. (2004) Metamedia Literacy: Transforming Meanings and Media. In C. Handa (ed.). *Visual Rhetoric in a Visual World: A Critical Sourcebook*. Boston: Bedford/St. Martin's.

Lewis J., Jhally S. (1998) The Struggle Over Media Literacy. *Journal of Communication* 48 (1): 109–120.

Lin T., Li J., Deng F., Lee L. (2014) Understanding New Media Literacy: An Explorative Theoretical Framework. *Educational Technology & Society* 16(4): 160–170.

Mackey M. (2007) *Literacies across Media*, 2nd ed. New York: Routledge.

Messaris P. (1994) *Visual Literacy: Image, Mind and Reality*. Boulder: Westview Press.

Meyrowitz J. (1998) Multiple Media Literacies. *The Journal of Communication* 48(1): 96–108.

Sholle D., Denski S. (1995) Critical Media Literacy: Reading, Remapping, Rewriting. In P. McLaren R. Hammer, Sholle, D., & S. S. Reilly (Eds.)

Rethinking Media Literacy: A Critical Pedagogy of Representation. New York: Peter Lang.

Silverblatt A., Eliceiri E. (1997) *Dictionary of Media Literacy*. Westport, CT: Greenwood Press.

References

Adams D., Hamm M. (2001) *Literacy in a Multimedia Age*. Norwood, MA: Christopher-Gordon Publishers.

Anderson J.A. (1981) Receivership Skills: An Educational Response. In Ploghoft M., Anderson J.A. (Eds.) *Education for the Television Age*. Springfield, IL: Charles C. Thomas.

Aufderheide P. (Ed.) (1993) *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen.

Baacke D. (1996) Medienkompetenz - Begrifflichkeit und sozialer Wandel [Media Competence: the Essence and Changes]. In A. von Rein (ed.) *Medienkompetenz als Schlüsselbegriff*. Bad Heilbrunn: Klinkhard. Pp. 112–124.

Batalov Je.Ja. (2002) Politicheskaja kul'tura Rossii skvoz' prizmu civic culture [Russian Political Culture through the Lens of Civic Culture]. *Pro et Contra* 3: 5–17.

Bawden D. (2008) Origins and Concepts of Digital Literacy. In: Lankshear C., Knobel M. (ed.) *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*. New York: Peter Lang. Pp. 17–32.

Cappello G., Felini D., Hobbs R. (2011) Reflections on Global Developments in Media Literacy Education: Bridging Theory and Practice. *Journal of Media Literacy Education* 3(2): 66–73.

Chen D.-T., Wu J., Wang Y.-M. (2011) Unpacking New Media Literacy. *Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics* 9(2): 84–88.

Christ W. G., Potter W. J. (1998) Media Literacy, Media Education, and the Academy. *Journal of Communication* 48: 5–15.

Cope B., Kalantzis M. (eds.) (2000) *Multiliteracies: Literacy Learning and the Design of Social Futures*. London: Routledge.

Erstad O., Synn ve A. (2013) From Protection to Public Participation: A Review of Research Literature on Media Literacy. *Javnost* 20.2: 83–98.

Fedorov A.V. (2015) Sintez mediakritiki i mediaobrazovanija v processe obuchenija shkol'nikov i studentov v sovremennoj Rossii [Synthesis of Media Criticism and Media Education in the Process of Teaching Pupils and Students in Modern Russia]. *Innovacii v obrazovanii* 3: 70–88.

Fedorov A.V. (2013) Sintez medijnoj i informacionnoj gramotnosti kak novaja tendencija, predlozhennaja JuNESKO: pljusy i minusy [Synthesis of Media and Information Literacy as a New Tendency Proposed by UNESCO: Pros and Cons]. *Mater. Vseross. nauch.-prakt. konf. «Proshloe – nastojashhee – budushhee Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kino i televidenija»*. Saint-Petersburg.: Izd-vo S.-Peterb. gos. un-ta kino i televidenija: 330–335.

Fomin O.N. (2012) Politicheskaja kul'tura kak faktor politicheskogo processa [Political Culture as a Factor of Political Process]. *Vlast'* 3: 86–89.

Gaines E. (2008) Media Literacy and Semiotics: Toward a Future Taxonomy of Meaning. *Semiotica* 171(1–4): 290–308.

Gendina N.I. (2009) Mozhno li izmerit' informacionnuju gramotnost' (kul'turu)? [Is it Possible to Measure "Information Literacy" (Culture)?] *Obrazovanie v dokumentah* 20(213): 58–62.

Gilster P. (1997) *Digital Literacy*. New York: Wiley.

Hobbs R., Jensen A. (2009) The Past, Present and Future of Media Literacy Education. *Journal of Media Literacy Education* 1(1): 58–73.

Il'chenko S.N. (2016) Fejk v praktike jelektronnyh SMI: kriterii dostovernosti [Fake in the Practice of Electronic Media: Validation Criteria]. *Mediaskop* 4.

Jakushina E.V. (2014) Razrabotka kursa «Media-informacionnaja gramotnost' i informacionnaja bezopasnost'» [Developing the Course "Media and Information Literacy and Information Safety"]. *Social'nyj komp'juting: osnovy, tehnologii razvitija, social'no-gumanitarnye jeffekty* (ISC-14): mater. III Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Moscow: Izd-vo MGGU im. M.A. Sholohova: 346–362.

Jeong S., Cho J., Hwang Y. (2012) Media Literacy Interventions: A Meta-Analytic Review. *Journal of Communication* 62: 454–472.

Jewitt C. (2008) Multimodality and Literacy in School Classrooms. *Review of Research in Education* 32: 241–267.

Kazakov A.A. (2016) Metody manipulirovanija obshhestvennym soznaniem v kontekste medijnoj gramotnosti: politicheskoe izmerenie [Methods of Manipulating Public Consciousness within the Framework of Media Literacy: Political Dimension]. *POLITJeKS* 12(3): 26–34.

Kellner D., Share J. (2005) Toward Critical Media Literacy: Core Concepts, Debates, Organizations, and Policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 26(3): 369–386

Kireeva N.N. (2015) Informacionnaja kul'tura i informacionnye predpochtenija molodezhi v medijnom prostranstve [Information Culture and Information Preferences of the Youth within the Media Landscape]. *Social'no-gumanitarnye znanija* 10: 305–313.

Koltay T. (2011) The Media and the Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy. *Media, Culture & Society* 33(2): 211–221.

Kress G. (2003) *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge.

Lankshear C., Knobel M. eds. (2008) *Digital Literacies. Concepts, Policies and Practices*. New York: Peter Lang.

Lemke J. L. (2004) Metamedia Literacy: Transforming Meanings and Media. In C. Handa (ed.) *Visual Rhetoric in a Visual World: A Critical Sourcebook*. Boston: Bedford/St. Martin's.

Levickaja A.A. (2016) Formirovanie medijnoj gramotnosti i mediakritika v Kanade [Formation of Media Literacy and Media Criticism in Canada]. *Mediaskop* 1.

Lewis J., Jhally S. (1998) The Struggle Over Media Literacy. *Journal of Communication* 48 (1): 109–120.

Lin T., Li J., Deng F., Lee L. (2014) Understanding New Media Literacy: An Explorative Theoretical Framework. *Educational Technology & Society* 16(4): 160–170.

Mackey M. (2007) *Literacies across Media*, 2nd ed. New York: Routledge.

Messaris P. (1994) *Visual Literacy: Image, Mind and Reality*. Boulder: Westview Press.

Meyrowitz J. (1998) Multiple Media Literacies. *The Journal of Communication* 48(1): 96–108.

Mukan N.V., Fuchila E.N. (2014) Opredelenie ponjatija «informacionnaja gramotnost'» [The Definition of the Term "Media Literacy"]. *Sborniki konferencij NIC Sociosfera* 31: 147–149.

Sholle D., Denski S. (1995) Critical Media Literacy: Reading, Remapping, Rewriting. In P. McLaren R. Hammer, Sholle, D., & S. S. Reilly (eds.) *Rethinking Media Literacy: A Critical Pedagogy of Representation*. New York: Peter Lang.

Silverblatt A., Eliceiri E. (1997) *Dictionary of Media Literacy*. Westport, CT: Greenwood Press.

Vyrkovskij A.V., Ljubimceva M.A. (2015) Vosprijatie auditoriej razlichnyh vidov teksta v rossijskih delovyh internet-SMI [Audience's Perceptions of Different Kinds of Text in Russian Online Business Media]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 10: Zhurnalistika* 2: 143–167.

Zhilavskaja I.V. (2014) Problema formirovanija ponjatijnogo apparata mediaobrazovanija v uslovijah konvergencii media- i informacionnoj gramotnosti [The Issue of the Conceptual Framework for Media Education under Media and Information Literacy Convergence]. *Fundamental'nye issledovanija* 5-1: 213–217.

Поступила в редакцию
13.05.2017