

УДК 81'35; 81'26

## МЕДИАГРАМОТНОСТЬ В СТРУКТУРЕ ГРАМОТНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

© 2013 И. А. Стернин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 30 мая 2013 года

**Аннотация:** Целью данного исследования является представление структуры грамотности современного человека как комплексного феномена, включающего медиаграмотность в качестве интегрального компонента.

**Ключевые слова:** современный язык, грамотность, медиаграмотность.

**Abstract:** The aim of the article is to present the structure of literacy of the modern person as a complex structure including medialiteracy as an integral component.

**Key-words:** modern language, literacy, medialiteracy.

Общеизвестно, что грамотность является одним из важнейших показателей культурного уровня населения, но конкретное содержание понятия грамотность меняется на различных этапах развития общества вместе с изменением и расширением его культурных запросов. Современные представления о грамотности усложнились, а понятие грамотности расширило свою структуру.

Грамотность традиционно определяют как определенную степень владения навыками чтения, письма в соответствии с грамматическими нормами родного языка.

Согласно определению ЮНЕСКО под грамотностью понимается способность личности читать, понимать и составлять простые короткие тексты, имеющие отношение к повседневной жизни.

В дореволюционной России и в других странах с невысоким уровнем школьного образования грамотными считались лица, умеющие только читать; в развитых капиталистических странах — лица, владеющие навыками чтения и письма. Вопросы определения понятия грамотность, его статистической фиксации во время переписей населения неоднократно обсуждались на международных совещаниях по демографической статистике и программам переписей населения. Генеральная конференция ЮНЕСКО (10-я сессия, Париж, 1958) рекомендовала всем странам при проведении переписей населения считать грамотными лиц, умеющих читать с пониманием прочитанного и написать краткое изложение о своей повседневной жизни.

В целом конкретное содержание понятия грамотности в современном обществе имеет тенденцию к расширению с ростом общественных требований к развитию индивида: от элементарных умений читать, писать, считать к владению некоторым комплексом различных общественно необходимых знаний и навыков, позволяющих человеку сознательно участвовать в социальных процессах; грамотность понимается как минимальный объем навыков, обеспечивающих нормальное функционирование личности в системе социальных отношений (т. н. функциональная грамотность).

В настоящее время существуют следующие значения слова грамотный:

1) «читательское» — умение читать, то есть умение расшифровывать буквы и складывать их в слова, понимая полученный смысл;

2) «орфографическое» — умение писать, то есть перекодировать звуки устной речи в буквы и соединять их друг с другом на письме.

Эти два значения отражают разные навыки носителя языка — можно уметь читать, но не уметь писать, можно хорошо читать, но плохо писать. Эти навыки взаимосвязаны, но не совпадают.

3) «нормативно-языковое» — умение правильно, хорошо читать и писать, говорить и писать, не допуская речевых ошибок (грамотный человек, грамотное сочинение);

4) «коммуникативное» — умение правильно, культурно и эффективно вести общение (грамотно построить разговор, грамотно аргументировал, грамотный оратор, грамотное выступление, грамотно провел беседу, грамотно построил убеждение и др.) и др.;

5) «профессиональное» — хорошо разбираться в той или иной области знаний (грамотный специалист, инженер, руководитель);

6) «качественно-результативное» — качественно выполненное, соответствующее нормам и правилам выполнения данного рода деятельности (чертеж, работа, план т. д.).

Первые четыре значения относятся к языковой грамотности, четвертое и пятое — к профессиональной. Нас в этой статье интересует языковая грамотность.

В последние два десятилетия в структуру языковой грамотности вошел еще один вид грамотности, обозначаемый многими исследователями как медиаграмотность.

Медиаграмотность — это умение пользоваться (то есть адекватно понимать и создавать) текстами печатных и электронных СМИ, включая интернет.

Можно назвать основные составляющие медиаграмотности.

1. Умение находить информацию в современных СМИ и интернете.

Умение адекватно понимать и оценивать информацию, предлагаемую текстами СМИ и интернета (бумажные СМИ, электронные СМИ — ТВ, радио, интернет).

3. Умение создавать тексты СМИ.

4. Знание основных тенденций развития современных СМИ.

Раскроем кратко основное содержание каждого из выделенных компонентов медиаграмотности.

**Умение адекватно понимать и оценивать медиатексты** предполагает:

1. Умение отличать авторитетный текст от неавторитетного (различать качественную и желтую прессу; различать серьезные и развлекательные, информационные и сенсационные ТВ-передачи; уметь перепроверять информацию по разным источникам и делать выводы; умение адекватно оценивать медицинские советы, советы по питанию; умение воспринимать и оценивать комментарии к событиям, отличать авторитетного комментатора от «ученого», изображенного за компьютером в рекламе; умение не воспринимать на веру первые комментарии событий — они делаются в хаосе, без обладания информацией, по внешним признакам и т. д.).

2. Умение отличать потенциально ложный текст от правдивого, рекламу от информации, отличить информацию от манипуляции.

3. Умение видеть, обнаруживать мотив сообщения информации (узнавать предвыборную информацию; понимать причину появления той или иной информации; видеть и понимать, что человек уходит от ответа) и т. д.

4. Умение адекватно понимать рекламу (отличать рекламу от информации, видеть скрытую рекламу; видеть элементы недостоверности в рекламном тексте, отличать информацию от манипуляции (звоните немедленно, количество ограничено, подарки, бесплатно и др.); видеть манипуляцию в фото— и видеоматериалах (похудевшие женщины, очень красивая и яркая одежда, недостоверное видео (человек, похожий на..., размытое видео с камер слежения) и т. д.; умение не реагировать на призывы участвовать в акциях, дать номер мобильного, номер банковской карточки, зарегистрироваться, сыграть в игру и др.); знать законы рекламы: обязательная необъективность (всегда в интересах производителя), обязательное преувеличение, музыка повышает доверие к рекламе, изображение красоты повышает доверие, известное лицо в рекламе не выражает свое личное мнение о продукте, негативная информация дается мелким шрифтом и под.), умение преодолевать внушаемость по отношению к рекламе, понимать рекламные листовки — они к выборам, обещают больше, чем выполняют, ничего не раздается бесплатно, скидки оплачены и т. д.).

**Умение создавать медиатексты** предполагает умение обращаться в СМИ, газеты; предлагать свои тексты на сайты — знакомств, рекламные и под., размещать материалы в Интернет, пользоваться емейлом по правилам сетевого этикета, участвовать в интернет-опросах и голосованиях; работать в форумах, чатах, блогах, с персональными сайтами и под.

**Умение находить информацию в СМИ** предполагает умение выбирать ТВ и радиoprogramмы, газеты, которые содержат необходимую человеку информацию; радио, которое слушать для получения достоверной информации; умение находить информацию в поисковых системах; правильное использование Википедии, электронных словарей, справочников,

образовательных и информационных порталов; умение искать книги, статьи, видео и аудиоматериалы, находить информацию в электронных газетах, на интернет-сайтах, в чатах, форумах, социальных сетях, сайтах знакомств; находить информацию о концертах, билетах, спортивных событиях, поездках, турпутевках, возможностях обучения; умение скачивать информацию и атрибутировать ее.

**Знать и понимать тенденции развития современных СМИ** означает знание основных направлений развития печатных и электронных СМИ, изменение соотношения печатных и электронных источников в информационном пространстве, умение понимать различия в на-

**И. А. Стернин**

значении разных типов СМИ, видеть тенденцию сокращения влияния печатных СМИ и увеличения доли электронных СМИ в информационном пространстве и т. д.

Таким образом, медиаграмотность в современном обществе становится интегральной со-

ставляющей грамотности современного человека.

Разработка содержания этого понятия, как и разработка форм и методов формирования медиаграмотности современного человека, является актуальной научной, педагогической и просветительской задачей.

*Стернин Иосиф Абрамович, зав.кафедрой общего языкознания и стилистики ВГУ.*

*Sternin I., A., head of the department of general linguistics and stylistics.*