Виктория Леонидовна Кондратская

Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского

kondratskaya@mail.ru

**Современный медиаландшафт: от медиаграмотности к медийной культуре**

В тезисах дана попытка анализа понятия медиаграмотности различными исследователями и определение новых медиа в контексте медиаобразования. Рассматривается процесс трансформации медиаграмотности в медиаменталитет.

Ключевые слова: медиаобразование, цифровые медиа, новые медиа, интерактивность.

Тема медиаграмотности напрямую пересекается с современными приемами и методами подачи информации в социальных сетях. Большинство социальных сетей обладают как уникальными особенностями, так и общими характерными чертами, которые необходимо учитывать при создании и потреблении контента. Важную роль в развитии медиаграмотности играют онлайн-ресурсы. Именно на их площадках можно реализовывать контент, выбирая целевую аудиторию. По мнению С. Бахера, Г. Хованитц и В. Штадлера [1], нельзя рассматривать медиаграмотность только с точки зрения умения потреблять и анализировать информацию. Значимое место занимает понимание человеком основ информатики и роли информационных технологий в жизни общества.

Важными свойствами новых медиа многие исследователи считают интерактивность, которой нет у более старых видов СМИ. Именно возможность потребителя информации самостоятельно выбирать удобные время и формат для изучения контента является главным преимуществом новых медиа.

Л. В. Ганич и Е. С. Шилец [2] рассматривают процесс трансформации медиаграмотности и отмечают наличие уровней или так называемых ступеней образования:

1) медиаграмотность;

2) медиаобразованность;

3) медиакомпетентность;

4) медийная культура и медиаменталитет.

Важной частью медиаграмотности, по их мнению, является не только умение работать и осваивать новые технологии, но и создавать, распространять контент с максимальной результативностью, при этом соответствуя этическим и законодательным нормам. Ученые подчеркивают, что в настоящее время невозможно дать определение медиаграмотности с опорой на набор требуемых навыков. Уровень медиаграмотности диктует среда, в которой живет человек, и степень цифровизации общества. Таким образом, мы считаем, что медиаграмотными могут быть люди, обладающие достаточными навыками в сфере информатики, умеющие анализировать, создавать и распространять контент, благоприятно влияющий на общество.

Важно отметить, что невозможно дать трактовку понятию «новые медиа», не ссылаясь на традиционные. За 2022 г. только электронная библиотека Elibrary.ru насчитывает 14703 научные публикации, ключевыми словами в которых являются «новые медиа». Медиа имеют общее фундаментальное значение и цель – генерацию информации. Главным отличием является широкий инструментарий новых медиа, позволяющий реализовывать коммуникацию на новых платформах. Технологии, на базе которых создаются и совершенствуются новые медиа, могут быть использованы и традиционными медиа, однако ими не охватываются.

Важным аспектом коммуникации в новых медиа является ослабление цензуры. Согласно опросам, проведенным Е. К. Шишкиной [3], молодежь считает главными преимуществами новых медиа свободу, поддержание эффекта «здесь и сейчас» и преодоление географических и физических ограничений соприсутствия. Следовательно, новые медиа эффективнее влияют на молодежь и формирование их точек зрения, чем традиционные СМИ. Основными способами воздействия в новых медиа становятся манипуляции эмоциями, кликбейт, лидеры мнений, НЛП-техники, лингвистические конструкции, смещение внимания. Эти методы воздействия применяются и в традиционных медиа, однако именно в сети Интернет гипертекст способен совместить в себе сразу несколько способов воздействия, что имеет большее влияние на реципиента.

Проанализировав современные исследования по вопросу новых медиа, можно вывести авторскую трактовку данного понятия: под новыми медиа следует понимать интерактивные и современные формы коммуникации на ресурсах, направленных на совмещение разных форматов медиа и таргетированный выбор целевой аудитории. Таким образом, новые медиа являются безусловной частью медиаобразования и используются для воспитания у аудитории медийной культуры и появления медиаменталитета. Именно корректное и современное использование цифровых медиа и повышение роли медиаобразования являются сегодня основой успешной социальной коммуникации.

Литература

1. Бахер С., Хованитц Г., Штадлер В. Языковые изменения и медиаграмотность: перспективы обучения русскому языку как иностранному в эпоху цифровизации медиа // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 2. С. 381–398.

2. Ганич Л. В., Шилец Л. С. Медиаграмотность в условиях трансформации современной медиасреды – ключевой навык развития человеческого капитала // Вестник Донецкого национального ун-та. Серия В. Экономика и право. 2022. № 1. С. 65–72.

3. Шишкина Е. К. Влияние коммуникативных эффектов новых медиа на молодежь // МНСК-2019. Социология: Материалы 57-й Международной студенческой конференции. 2019. С. 43–44.

4. Олешко В. Ф., Мухина О. С. Медиаграмотность как метод противодействия манипуляциям СМИ на бытовом уровне // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 2 (36). С. 35–44.

5. Суворова А. Ю. Новые медиа: к вопросу о категориально-понятийном аппарате // Культура и цивилизация. 2017. Т. 7. № 4 А. С. 735–745.