

УДК 004:37

## КЛАССИФИКАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ/КОМПЕТЕНТНОСТИ ЛИЧНОСТИ

Федоров А.В.,

Таганрогский государственный педагогический институт

*Автор статьи приходит к выводу, что информационная грамотность/компетентность личности это совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, содержательный, перцептивный, интерпретационный / оценочный, практико-операционный / деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, созданию, критическому анализу, оценке и передаче информационных сообщений, текстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования информационных потоков, медиа в социуме.*

**Ключові слова:** інформаційна грамотність, медіакультура особистості.

Как и во многих других странах мира, в России используются (часто как синонимы) такие наиболее распространенные термины, как «информационная грамотность» (information literacy), «информационная культура» (information culture), «информационная образованность», «информационная компетентность» (information competence), «медиаграмотность» (media literacy), «мультимедийная грамотность» (multimedia literacy), «компьютерная грамотность», (computer literacy) «медиакультура» (media culture), «медиаобразованность», «медиакомпетентность», «медийная компетенция» (media competence), и т.п.

Такого рода терминологическую несогласованность выявили, к примеру, исследования Н.И.Гендиной, которая провела анализ различных определений, связанных с понятием информационной культуры и обнаружила, что в современном мире «используется неунифицированная терминология, зачастую без четкого определения (...), взамен таких близких по смыслу понятий, характеризующих знания и умения человека по работе с информацией, как «библиотечно-библиографическая культура», «культура чтения», «библиотечно-библиографические знания», «библиотечно-библиографическая грамотность», все чаще используются понятия «компьютерная грамотность», «информационная грамотность», «информационная культура» [Гендина, 2005, с.21].

Рассматривая медиаграмотность (media literacy) как составную и важнейшую часть информационной грамотности (information literacy), сошлемся на опрос международных экспертов в данной области [Fedorov, 2003; Федоров, 2005] по отношению к терминологии медиаграмотности, когда довольно большая группа экспертов посчитала (и, на наш взгляд, абсолютно обосновано), что медиаграмотность (media literacy) есть результат медиаобразования (media education). Но есть и определенные разночтения, смешение терминов «медиаобразование» (media education), «медиаграмотность» (media literacy) и «изучение медиа» (media studies).

С.И.Ожегов определяет культуру 1) как совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей; 2) то же, что и культурность, то есть находящееся на высоком уровне культуры, соответствующее ему; 3) разведение, выращивание какого-нибудь растения или животного; 4) высокий уровень чего-нибудь, высокое развитие умения [Ожегов, 1989, с.314]. Исходя из этого, медиакультура (media culture) – совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории медиакультура (или, к примеру, аудиовизуальная культура) может выступать системой уровней развития личности человека, способного

воспринимать, анализировать, оценивать медиатексты, заниматься медиаторством, усваивать новые знания в области медиа.

Например, по определению Н.А.Коноваловой медиакультура личности - диалоговый способ взаимодействия с информационным обществом, включающий ценностный, технологический и личностно-творческий компоненты и приводящий к развитию субъектов взаимодействия [Коновалова, 2004, с.9].

Такой же системой уровней развития личности может выступать и информационная культура, которая рассматривается как «составная часть общечеловеческой культуры, представляющая собой совокупность устойчивых навыков и постоянного эффективного применения информационных технологий (ИТ) в своей профессиональной деятельности и повседневной практике» [Инякин, Горский, 2000, с.8].

Н.И.Гендина считает, что «информационная культура личности – одна из составляющих общей культуры человека; совокупность информационного мировоззрения и системы знаний, умений, обеспечивающих целенаправленную самостоятельную деятельность по оптимальному удовлетворению индивидуальных информационных потребностей с использованием как традиционных, так и новых информационных технологий. Эта составляющая является важнейшим фактором успешной профессиональной и непрофессиональной деятельности, а также социальной защищенности личности в информационном обществе» [Гендина, 2005, с.21].

Согласно Ю.С.Инякину и В.А.Горскому, модель процесса формирования информационной культуры личности включает в себя компоненты культуры личности (знания, ценностно-целевую ориентацию, опыт информационно-познавательной, творческой деятельности, коммуникации компоненты информационных технологий) по отношению к компонентам информационных технологий (базы данных, интернет, телевидение, прикладные программы, электронная почта, power point и т.д.) [Инякин, Горский, 2000, с.10].

По нашему мнению, понятие информационная культура шире, чем медиакультура, так как первое относится к сложным взаимоотношениям личности с любой информацией, включая, разумеется, медийную, а второе - только к сфере контактов человека со средствами (массовой) коммуникации.

Сравнивая традиционные словарные трактовки слов «грамотность» и «компетентность», также можно обнаружить их сходство и близость.

Например, у С.И.Ожегова по слову компетентный понимается человек 1)знающий, осведомленный, авторитетный в какой-нибудь области; 2)обладающий компетенцией; а компетенция – как 1)круг вопросов, в которых кто-нибудь хорошо осведомлен; 2) круг чьих-то полномочий, прав [Ожегов, 1989, с.289]. В том же словаре грамотный человек трактуется как 1)умеющий читать и писать, а также умеющий писать грамматически правильно, без ошибок; 2)обладающий необходимыми знаниями, сведениями в какой-либо области [Ожегов, 1989, с.147].

Можно привести примеры и других определений грамотности, компетентности и компетенции, но они в целом отличаются лишь стилистически.

При всем сходстве определений «компетентность» и «грамотность» мы склонны согласиться, что в бытовом, широко распространенном понимании, «в самом слове «грамотность» есть оттенок элементарности, примитивности, отражение самого простого, начального уровня образования» [Гендина, 2005, с.21]. Вместе с тем, термин компетентность видится нам более адресным и конкретным по отношению к знаниям и умениям человека, чем более емкий и многозначный термин культура.

Терминологический анализ, приведенный выше, привел нас к выводу: термины информационная компетентность (information competence) медиаккомпетентность (media competence) более точно определяют суть имеющихся у индивида умений использовать, критически анализировать, оценивать и передавать информацию, медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные информационные процессы и процессы

функционирования медиа в социуме. При этом медиакомпетентность можно рассматривать как составную часть более широкого понятия информационная компетентность.

Естественно, предполагается, что информационная компетентность человека может и должна совершенствоваться в течение всей его жизни (life-long learning). Это касается учащихся школ и вузов, работающей части населения и пенсионеров (в России известен, к примеру, интересный опыт развития информационной грамотности пенсионеров при Центре медиаобразования Южно-Уральского университета в Челябинске).

К сожалению, существует опасность фактического сужения информационной грамотности/компетентности до уровней компьютерной грамотности или интернет-грамотности (что можно наблюдать на практике и в деятельности ряда российских организаций и ассоциаций). На наш взгляд, в этом случае игнорируются такие влиятельные и массовые информационные каналы, как печать, пресса, телевидение, радио, кинематограф, что является явной дискриминацией в подходе к проблеме.

Классификация показателей информационной грамотности / компетентности личности составлена нами (см. таб.1) с учетом подходов указанных выше российских и ведущих западных специалистов [Bowker, 1991; Hart, 1997, p.202; Buckingham and Sefton-Green, 1997, p.285 и др.]: «агентства медиа» (изучение работы, функций и целей создателей медиатекстов), «категории медиа» (изучение типологии – видов и жанров медиа/медиатекстов), «технологии медиа» (изучение способов/технологий создания медиатекстов), «языки медиа» (изучение медийных языков, то есть вербального, аудиовизуального, монтажного ряда медиатекстов), «репрезентации медиа» (изучение способов представления, переосмысления действительности в медиатекстах, авторских концепций и т.д.), «аудитории медиа» (изучение типологии аудитории, типологии медиавосприятия).

Таб.1.

### Классификация показателей информационной грамотности/компетентности личности

| Показатели информационной грамотности/компетентности: | Расшифровка содержания показателей информационной грамотности / компетентности личности:                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| мотивационный                                         | мотивы контакта с информационным потоком: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.           |
| контактный                                            | частота общения/контакта с информационным потоком                                                                                                                                                               |
| содержательный                                        | знания терминологии, теории и истории (массовой) коммуникации                                                                                                                                                   |
| перцептивный                                          | способности к восприятию информационного потока (включая медиатексты).                                                                                                                                          |
| интерпретационный / оценочный                         | умения критически анализировать процесс функционирования информационных потоков, медиа в социуме и медиатексты разных видов и жанров на основе определенных уровней развития восприятия и критического мышления |
| практико-операционный (деятельностный)                | умения выбирать ту или иную информацию медиа, создавать/распространять собственную информацию, умения самообразования в информационной сфере                                                                    |
| креативный                                            | наличие творческого начала в различных аспектах информационной (и медийной) деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.).                                                      |

При этом у каждого из семи показателей информационной грамотности/компетентности мы выделили высокий, средний и низкий уровни развития. Бесспорно, такого рода типология достаточно условна, однако дает представление о дифференцированном подходе к развитию информационной грамотности/компетентности, когда при наличии высоких уровней контактного или креативного показателей возможен средний или даже низкий уровень информационного и оценочного показателей. Если же говорить об уровнях перцептивного показателя, то у многих людей при наличии ярко выраженного одного показателя (скажем, «первичной идентификации») остальные могут проявляться в неразвитом, «свернутом» состоянии. Несомненно одно: без развитого медиавосприятия и способности к анализу и оценке медиатекстов невозможно говорить о высоком уровне информационной грамотности/компетентности человека. Ни ни частота общения с медиа, ни практические умения создавать информационные/медиатексты не могут сами по себе сделать индивида информационно грамотным/компетентным.

Итак, мы приходим к выводу, что информационная грамотность/компетентность личности это совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, содержательный, перцептивный, интерпретационный / оценочный, практико-операционный / деятельностный, креативный), способствующих выбору, использованию, созданию, критическому анализу, оценке и передаче информационных сообщений, текстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования информационных потоков, медиа в социуме.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Гендина Н.И. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство (результаты российских исследований)//Школьная библиотека. 2005. № 3. С.18-24.
2. Fedorov, A. (2003). Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions. In: MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Paris: UNESCO.
3. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность в обществах знаний//ЮНЕСКО между этапами Всемирного саммита по информационному обществу. М.: Изд-во Ин-та развития информационного общества, 2005. С.329-339.
4. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1989. 924 с.
5. Коновалова Н.А. Развитие медиакультуры студентов педагогического вуза. Дис. ... канд. пед. наук. Вологда, 2004. С.9.
6. Инякин Ю.С., Горский В.А. От информационной культуры к культуре личности//Дополнительное образование. 2000. № 10. С.6-10.
7. Bowker, J. (Ed.) (1991). Secondary Media Education. A Curriculum Statement. London: British Film Institute.
8. Hart, A. (1997). Textual Pleasures and Moral Dilemmas: Teaching Media Literacy in England. In: Kubey, R. (Ed.). Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers, p.202.
9. Buckingham D., Sefton-Green, J. (1997). Multimedia Education: Media Literacy in the Age of Digital Culture. In: Kubey, R. (Ed.). Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers, p.290.