

УДК 378.1:004.77+070

Лашук Наталія Миколаївна,

аспірант,

Чернігівський національний педагогічний університет

імені Т. Г. Шевченка

ДО ПРОБЛЕМИ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ ЯК РЕЗУЛЬТАТУ МЕДІАОСВІТИ

У статті розглядаються різні підходи до визначення понять медіаграмотності та інформаційної грамотності, здійснюється їх порівняльний аналіз. Висвітлено феномен медіаконвергенції та її видів. Розглянуто перехід від цифрової та аудіовізуальної компетентності до медіакомпетентності на трьох рівнях (знання, усвідомлення, реалізація) у 10 напрямках діяльності (доступ до інформації, мова, технології, технологічний процес виробництва, медіаіндустрія, ідеологія і цінності, сприймання і розуміння, громадянська участь у житті суспільства, процес створення, комунікація). Уточнено відмінності у значенні термінів «медіаграмотність» та «медіакомпетентність». З'ясовано функціональний зміст медіакомпетентності.

Ключові слова: медіаграмотність, медіакомпетентність, інформаційна грамотність, медіаосвіта, конвергенція, функції медіакомпетентності.

Постановка проблеми. Студенти ХХІ століття щоденно споживають велику кількість медіаконтенту за допомогою ресурсів, які вони самостійно обирають: телевізійні програми, радіотрансляції, музику, кінофільми, рекламу, яка присутня в усіх видах медіа. Яка саме компетентність їм потрібна для того, щоб розібратися, що їм презентують, з якою метою, як необхідно інтерпретувати інформацію і застосовувати у житті чи в своїй діяльності? У науково-педагогічній літературі використовуються різні терміни: «медіакомпетентність», «медіаграмотність», «інформаційна грамотність», «кінограмотність», «рекламна грамотність», «аудіовізуальна грамотність», «комунікаційна компетентність», «технологічна компетентність», «цифрова грамотність» та ін. Понятійний апарат є важливим для наукового дослідження і є предметом обговорення багатьох учених, що вказує на актуальність проблеми: які поняття можна вживати синонімічно, яке поняття має ширший чи вужчий обсяг і є підкатегорією іншого, як впливає професійний контекст, культурне середовище, досвід і здобутки вітчизняних науковців на особливості використання цих термінів?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання медіаграмотності та медіакомпетентності досліджували українські (Г. В. Онкович, А. Сулім, А. В. Литвин, В. С. Робак, В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк та ін.) і зарубіжні вчені (П. Міхалідіс, Дж. Поттер, А. Сілверблат, К. Тайнер, С. Берен та ін.), проблемам інформаційної компетентності присвячені праці Л. І. Печинської, К. В. Корсакової, проблема формування інформаційно-комунікативної компетентності досліджувалася О. М. Шевченком, О. І. Зайцевою, О. Сосніним, І. Г. Смирновою, Є. І. Клименком, Н. Ф. Клещенкою, А. Б. Савченко, О. Астаф'євою, О. Захаровою. Актуальність питання формування медіакомпетентності, упровадження медіаосвіти та дискусивність проблеми у цій галузі обумовлюють актуальність дослідження.

Мета статті. Метою статті є аналіз та огляд науково-методичної літератури щодо вирішення термінологічної проблеми співвідношення понять, які стосуються або пов'язані з медіакомпетентністю, з урахуванням досвіду учених різних країн та документів

міжнародних організацій. Завдання дослідження: уточнити тлумачення поняття медіа, зробити порівняльний аналіз понять «медіаграмотність» та «інформаційна грамотність», з'ясувати сутність явища конвергенції, виділити функції й особливості медіаосвіти та медіакомпетентності як її результату.

Результати дослідження. Деякі дослідники вважають, що медіакомпетентність пов'язана тільки з використанням і розумінням традиційних медіа (преса, телебачення, фільми, без використання ІКТ), тоді як категорія інформаційної компетентності вживається, якщо інформація передається за допомогою новітніх інформаційних технологій. На нашу думку, відмінності у підходах базуються на розумінні поняття «медіа». Вважається, що першим термін «медіа» було вжито у ХХ столітті канадським медіатеоретиком Гербертом Маршаллом Маклюеном у значенні різних засобів комунікації. До речі, до засобів комунікації учений зараховував не лише ЗМІ, але й дороги, книги, одяг, рекламу, фотографії тощо – це «технології» або «посередники», які впливають на спосіб життя людини, світогляд та комунікацію [6]. Проте, як зазначає Кирилова Н. Б. [5], незважаючи на етимологію слова медіа, не можна вважати медіа просто посередниками, за допомогою яких транслюється інформація. За Н. Б. Кириловою медіа – це канали, підґрунтям яких є ідеологічні, емоційні підсвідомі очікування аудиторії; це середовище за допомогою якого створюються, естетизуються і транслюються культурні коди. «Термін медіа – це множина від слова «медіум»; за поняттям «медіа» (якому ми часто приписуємо однину) насправді знаходиться надзвичайно складна і різноманітна сукупність структур і видів діяльності, кожна зі своїм власним способом комунікації, своєю економікою, своїми кордонами і своєю аудиторією» [7, с. 1]. Медіа – це складне поняття, тому доречно процитувати С. О. Ганабу, що «складність - ключове поняття, що визначає парадигму сучасного наукового пізнання» [2, с.60]. Саме завдяки складним утворенням підтримується гармонія сучасним світопорядку, демонструється багатоаспектність та можливість розвитку, приховані потенції, пропонуються оригінальні, непередбачувані варіації розвитку.

Британські науковці (S. Livingstone,

Е. Van Couvering, N. Thumim), вважають, що медіаграмотність пов'язана з розумінням, інтерпретацією, критичним оцінюванням та створенням медіаматеріалів, тоді як інформаційна грамотність акцентує увагу на пошуку, знаходженні, оцінці і використанні медіаматеріалів. «Медіаграмотність розглядає медіа як лінзи, через які можна дивитися на світ і виражати себе. Інформаційна грамотність вважає інформацію засобом, за допомогою якого можна впливати і взаємодіяти зі світом і суспільством» [16, с.12].

Щодо історії розвитку, на першому рівні виділяють класичну грамотність (письмо, читання, розуміння), на другому – аудіовізуальну грамотність, яка безпосередньо стосується електронних медіа, третій рівень – цифрова або інформаційна грамотність, яка стосується комп'ютерів і цифрових медіа. І найвищий рівень – це медіаграмотність, як результат конвергенції різних видів медіа включає всі попередні види грамотності [20]. Поняття конвергенції розглядають як злиття способів комунікації, видів медійного контенту (текст, зображення, аудіо, відео) і як об'єднання комунікаційних каналів, соціальних інститутів, що виготовляють та поширюють медіапродукцію (газети,

журнали, радіо, телебачення, інтернет). Зокрема, М. Женченко виділяє технологічну конвергенцію (об'єднання різних технічних ЗМІ (телефон, пошта, комп'ютер) в один пристрій (смартфон, планшет) для доставлення різних видів контенту на різні технологічні платформи, контентну (взаємодія різних видів контенту для створення мультимедій; обмін контентом для різних ЗМК, в процесі якого контент трансформується), організаційну (об'єднання організаційних структур та виробничих процесів інтегрованих медіа для створення мультимедійного контенту кросмедійне виробництво) і конвергенцію ринків (об'єднання різних медійних галузей з комп'ютерними та телекомунікаційними) [4, с.25]. Таким чином, на сучасному етапі розвитку внаслідок феномена конвергенції практично неможливо розділити медіа на «з використанням ІКТ» і «без використання ІКТ». Поява Інтернету зумовила зникнення чітких кордонів між медіавиробництвом і медіаспоживанням, між різними видами медіа.

М. Перез і А. Дельгадо [19] запропонували піраміду, яка включає три рівні (знання, усвідомлення, реалізація) у 10 напрямках діяльності і показує перехід від аудіовізуальної та інформаційної компетентності до медіакомпетентності (табл.1.)

Таблиця 1

	Виміри	Види діяльності
Реалізація	Комунікація	Сприяння дискусії у віртуальному середовищі Спільні е- проекти Співпраця з використання ІКТ
	Виробництво, реалізація	Створення подкастів Блоги та вікі Мультимедійні документи Створення фільмів за допомогою таких засобів як movie-maker, pinnacle та ін.
	Громадянська участь у житті суспільства	Рольові ігри щодо участі у суспільному житті за допомогою ІТ
Усвідомлення	Сприймання і розуміння	Огляд, резюмування інформації та організація інформації у вигляді концептуальних карт Аналіз почуттів та емоцій після перегляду програм або реклами
	Ідеологія і цінності	Аналіз використання стереотипів на телебаченні Аналіз точності і достовірності інформації на вебсайтах
Знання	Медіаіндустрія	Висвітлення проблем ЗМІ, критика медіа
	Процес створення	Розбір програми за різними аспектами Аналіз різниці між живою та записаною трансляцією
	Технологія	Використання технологічних засобів для створення аудіовізуальних документів
	Мова	Аналіз кодів, знакових систем, які використовуються в рекламі, фільмах і т.д. Створення невеликих медіаповідомлень
	Доступ до інформації	Використання різних пошукових систем Доступ до баз даних, бібліотек, вебсайтів Пошук інформації щодо фільмів, книжок

Протилежною є думка російського медіапедагога О.В. Федорова, котрий вважає, що поняття інформаційна культура ширше, ніж медіакультура. Інформаційна культура відноситься до сфери взаємодії особистості з будь-якою інформацією (в т.ч. медійною), тоді як медіакультура – лише до сфери взаємодії людини зі ЗМК [12].

Нам імпонує думка Т.І. Мяснікової та Т. А. Ольхової [9], які стверджують, що поняття медіа, у порівнянні зі ЗМК, є нейтральним, тому що не містить слова «масовий», а це важливо з огляду на тенденції розвитку ІКТ, зміни у процесі комунікації у бік персоналізації. Е. Тоффлер у своїй праці «Третя хвиля»

передбачав, що замість домінування мас-медіа почнуть переважати інтерактивні демасифіковані медіа, які зможуть задовольнити особисті інформаційні запити [11]. Г. Дженкінз стверджує, що процес медіаконвергенції ознаменував нову еру нового типу медіа, перехід від персоналізованих медіа до соціалізованих колективних медіа, медіа груп та спільнот [15].

Німецький учений Д. Бааке вважав медіакомпетентність складовою комунікаційної компетентності, яка дає змогу особистості орієнтуватися у медіатизованому середовищі і активно дізнаватися про світ за допомогою медіа [13]. Зокрема, німецький медіа

психолог П. Вінтерхофф-Шпурк виділяє медіа (комунікативну) компетентність, яка включає інформаційну компетентність в технічному аспекті, інформаційну Я-компетентність, інформаційну соціальну компетентність, медіа компетентність в технічному аспекті, медіа компетентність в Я-аспекті, медіа компетентність в соціальному аспекті [1, с. 237]. Німецькі педагоги М. Штайгер, А. Віхер стверджують, що поняття медіа компетентність пов'язане з інструментальним розумінням медіа, що спрямована на формування технічних навичок використання медіа пристроїв [9, с.44]. Європейські та американські вчені звертають увагу, що формування медіаграмотності часто зосереджено на технологічних умінь, тоді як основною засадою медіаосвіти є розвиток критичного мислення. Дуже часто медіаосвіта розуміється як оволодіння прикладними навичками та вміннями, щоб орієнтуватися в комп'ютерних мережах, віртуальних світах, різному програмному забезпеченні та платформах, соціальних мережах та медіапристроях. Науковці і педагоги-практики намагаються розмежувати різницю між навчання «з» і «про» медіа, виділяючи тим самим цифрову (технологічну, інформатичну) грамотність, яка передбачає оволодіння навичками і вміннями використання ІКТ, і медіаграмотність, яка передбачає саме критичний підхід до медіа.

Згідно з документами ЮНЕСКО, інформаційна грамотність пов'язана з визначенням та формулюванням інформаційних потреб, розміщенням і доступом до інформації, упорядкуванням, систематизацією інформації, використанням інформації з урахуванням етики і моралі, передачею інформації, ІКТ вміннями для обробки інформації. Медіаграмотність зосереджена на усвідомленні ролі та функцій медіа у демократичному суспільстві, розуміння умов, за яких медіа можуть функціонувати, критичному оцінюванні медіаконтенту, враховуючи функції медіа, взаємодії з медіа для самовираження і самореалізації, вміння критичного аналізу (включаючи ІКТ вміння), необхідних для створення інформації користувачем [17, с.18]. Отже, якщо інформаційна грамотність акцентує увагу на важливості доступу до інформації, оцінюванні та етичному використанні інформації, то медіаграмотність підкреслює важливість вміння розуміти функції медіа, оцінювати, як ці функції реалізуються і ефективно використовувати медіа для самовираження і самореалізації.

Таким чином, у науковому світі існує два підходи, які визначають взаємозв'язки інформаційної компетентності та медіакомпетентності: з одного боку інформаційна компетентність передбачає, що медіаосвіта та медіакомпетентність є її складовою компонентою, з іншого боку медіаосвіта визначає інформацію як категорію, що входить до кола її інтересів та досліджень. Всесвітня організація ЮНЕСКО і як наслідок оновлена «Концепція впровадження медіаосвіти» в Україні використовують поняття медіа і інформаційна грамотність (МІГ), вказуючи на те, що хоча ці поняття розвивалися відокремлено, проте вони мають багато спільного, а

головне спільну мету – формування гармонійно розвиненої особистості, яка може, здатна, готова розвиватися, працювати, жити і самореалізовуватись у інформаційному суспільстві: медіа-і інформаційна грамотність – це сукупність знань, установок, вмінь та навичок, які дозволяють отримувати доступ до інформації та знань, аналізувати, оцінювати, використовувати, створювати і поширювати їх з максимальною продуктивністю у відповідності із законодавчими і етичними нормами і дотриманням прав людини» [8].

У працях та документах американських, британських та більшості європейських учених використовується термін медіаграмотність (medialiteracy), деякі вчені (Hobbs R., Tyner K.) використовують поняття компетентність медіаграмотності (medialiteracycompetency), німецькі вчені широко використовують поняття медіакомпетентності, яке витікає із лінгвістичної теорії Н. Хомського та теорії критики Ю. Хабермаса Польські науковці (A. Dąbrowska, P. Drzewiecki, D. Gorecka, A. Gruhn та ін.) стверджують, що термін «грамотність» (англ. literacy), який використовується в документах ЄС та ЮНЕСКО в польській мові відповідає поняттю «компетентність» [16, с.4]. Суголосною є думка Поясок Т. Б., Федорова О. В., що доцільніше використовувати термін медіакомпетентність, тому що цей термін включає не лише здатність використовувати, аналізувати, оцінювати і передавати повідомлення в різних формах, але й якості особистості, мотиви, досвід діяльності, цінності та установки.

Основною особливістю медіакомпетентності є її нероздільність з медіаосвітою (Сулім А. А., Слабошевська Т. М., Ольхова Т. А., Мяснікова Т. І., Немирич А. А.), за визначенням Сулім А. А. «медіакомпетентність - результат медіаосвіти, яка допомагає людині активно використовувати можливості інформаційно-освітнього поля – телебачення, радіо, відео, преси, Інтернету, формує культуру спілкування, розвиває творчі, комунікативні здібності, критичне мислення, вміння сприймати, інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіатексти, навчає різних форм самовираження за допомогою освітніх технологій, у т. ч. – медіа технологій» [10]. У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (2016) зазначається, що медіаосвіта спрямована на підготовку особистості до взаємодії з традиційними і новими медіа, зважаючи на розвиток ІКТ. К. Уорсноп вважає медіаосвіту засобом розширення прав і можливостей більшості населення та зміцнення демократичних структур суспільства. Основним поняттям медіаосвіти є «репрезентація»: медіа не віддзеркалюють реальність, а репрезентують її. Основними цілями медіаосвіти є висока мотивація студентів, розвиток критичної автономії, зміна відносин між учителем і учнем. Медіаосвіта передбачає кооперативне навчання та проводить свої дослідження за допомогою діалогу, а не дискусії [21, с. 55-54]. Медіаосвіта має на меті не змінити медіа, проте позитивно сприймає зміни освітніх методик, методів навчання та заохочує підвищення рівня знань і вмінь. Переваги медіаосвіти – у

можливостях, які вона надає студентам, зокрема, це використання різних стилей навчання, оволодіння вміннями медіаменеджменту, тобто необхідності прийняття рішень часового обмеження на використання медіа і щодо раціонального вибору медіа для ефективної навчальної або професійної діяльності, вміннями, які потрібні, щоб брати відповідальність за використання медіапродукції, знаннями, як структури медіа (форма власності, дистриб'юторство) впливають на розуміння медіаповідомлень. Медіаосвіта, заохочує скептицизм, поважає різні точки зору, визнає, що медіа є частиною культури і виконує функцію соціалізації. Метою медіаосвіти є не відкривати студентам правдиві, коректні чи приховані смисли, не розділяти медіатексти на «правильні» і «неправильні», а медіааналіз, дослідження. Медіаосвіта визнає, що інтерпретація медіатекстів студентами може відрізнятися від інтерпретації викладача [18].

Що стосується функцій медіакомпетентності С. І Груцо [3] виділяє комунікативну (сприяє підвищенню комунікації між людьми), культурологічна (усвідомлення ролі медіа), адаптивну (впливає на адаптацію особистості до напливу різних медіа, інформації, стресостійкість, адаптація до життя в інформаційному суспільстві, зміну медіаповедінки і медіаспоживання), протективну (формує вміння захищатися від медіа маніпуляцій, медіазалежностей, впливу медіа на психіку за рахунок критичного оцінювання медіаконтенту), аксіологічну (формування нових життєвих та професійних цінностей, установок, мотивації, поглядів), розвивальну (здібність розкрити творчий потенціал та самостійність мислення на матеріалі та за допомогою медіа), аналітичну (розвиває вміння аналізувати, пояснювати, інтерпретувати медіа контент, формує вміння критично оцінювати медіа контент враховуючи різні погляди, думки і шукати

потрібну для оцінки і формування власної позиції інформацію). Ми теж вважаємо за необхідне виділити семіотичну (знання мови різних жанрів медіа, особливостей її створення і вміння ними оперувати, знання особливостей невербальної комунікації, уміння інтерпретації мови аудіо і візуальних медіа) та естетичну функцію медіакомпетентності, тому що вона, на нашу думку, сприяє також формуванню уявлення про естетичну цінність медіатекстів та вмінь оцінювати художній рівень медіатекстів, естетичного досвіду сприймання і створення медіатекстів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Враховуючи вищезазначене, а саме те, що сутність поняття медіакомпетентності зумовлюється сучасним розумінням поняття «медіа», змінами та процесами, що відбуваються у сучасному медіа просторі та принципами медіаосвіти. Медіаграмотність, інформаційна грамотність й аудіовізуальна грамотність є основою для формування медіакомпетентності майбутнього фахівця. Функції, цілі, особливості медіакомпетентності інколи перетинаються з іншими видами компетенцій, проте і суттєво відрізняються. Крім того, на сучасному етапі стає очевидно, що лише використання ІКТ та медіа на заняттях для того, щоб навчатися і навчати недостатньо, освітнє-інформаційне середовище потребує знань студентів про медіа, для того, щоб аналізувати нові тексти, нові технології та відповідно їх культурно-соціальні, економічні та політичні контексти. Саме потреба в критичному мисленні, аналізі й розумінні функцій, впливу медіа на їх аудиторії та потреба навчати студентів самовираження і реалізації, використовуючи медіа, ставить проблему формування медіакомпетентності серед пріоритетів сучасної освіти. Як перспективу дослідження ми вбачаємо визначення структурного змісту медіакомпетентності.

Список використаних джерел

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология: основные принципы. / Петер Винтерхофф-Шпурк. – Харьков: Гуманитарный центр, 2007. – 288 с.
2. Ганаба С. О. Складність як концепт сучасного наукового дискурсу. / С.О.Ганаба // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. – 2012. – Вип. 4 (2). – с.58-64
3. Груцо Е. И. Медиаобразование как фактор развития личности в условиях перехода к информационному обществу / [Электронный ресурс] / Е.И. Груцо . – Режим доступа до ресурсу: <http://www.pws-conf.ru/nauchnaya/lss-2009/153-smi-mediakultura/7303-mediaobrazovanie-kak-fakt.html>
4. Женченко М. І. Типологічна класифікація медіаконвергенції крізь призму трансформацій цифрової доби. / Марина Іванівна Женченко // Український інформаційний простір. Число 4. – 2016 – С. 24-29. – («Видавничка справа та мережеві видання»)
5. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. / Наталья Борисовна Кириллова. — М.: Академический Проект, 2006. – 448 с. – («Технологии»)
6. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
7. Медиа. Введение: учебник / под ред. А. Бриггза, П. Кобли. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 550 с.
8. Московская декларация о медиа- и информационной грамотности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ifapcom.ru/ru/news/1347>
9. Ольховая Т. А. Развитие медиакомпетентности студентов университета: учебное пособие. / Т. А Ольховая, Т. И Мясникова. – М.: Дом педагогики, ИПК ГОУ ГОУ, 2011.– 126 с.
10. Сулім А. А. Медіакомпетентність як результат упровадження медіаосвіти [Електронний ресурс] / А. А. Сулім. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhu/Soc_kom/2011_968/content/sulim.pd10
11. Тоффлер Э. Третья волна. / Элвин Тоффлер. – М.: АСТ, 2010. – 784с.
12. Федоров А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/fedorov14.htm>

13. Baacke D. Medienkompetenz –Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In A. v. Rein (Eds.), Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Bad Heilbrunn: Klinkhardt. – 1996. – P. 122-124.
14. Dąbrowska A. J. Digital Future Media And Information Literacy Competencies Catalogue/ AnnaJustynaDąbrowska, PiotrDrzewiecki, DorotaGoreckaand others. – Warsaw: The Modern Poland Foundation, 2013. – 19p. – URL: <http://cyfrowaprzyszosc.pl/files/2012/07/Competences-Catalogue-introduction.pdf>
15. Jenkins H. et al. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century / Henry Jenkins, Ravi Purushotma, MargaretWeigel, Katie Clinton, and Alice J. Robison. – The MIT PressCambridge, MassachusettsLondon, England. – 146p.
16. Livingstone S. et al. Media literacy: a review of the research literature. / Sonia Livingstone, Elizabeth Van Couvering, Nancy Thumim. – Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science, London, UK. – 2005. – 86 p.
17. Media and Information Literacy Curriculum for Teachers (prepared by UNESCO) [Electronic resource] / Wilson, Carolyn; Grizzle, Alton; Tuazon, Ramon; Akyempong, Kwame; Cheung, Chi Kim. Paris, UNESCO, 2011. 192 p., illus. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf>
18. National Association for Media Literacy Education. Core Principles of Media Literacy Education in the United States (2007). [Electronic resource] – URL: <http://namele.net/publications/core-principles/>.
19. Pérez M. Amor. FromDigitaltoAudiovisualCompetencetoMediaCompetence: DimensionsandIndicators. / M. Amor Pérez, Águeda Delgado // Comunicar. – 2012. – №39. – P. 25-33
20. Study on the current trends and approaches to media literacy in Europe. [Electronic resource] – URL: http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-trends-report_en.pdf
21. Worsnop C. Media Literacy Through Critical Thinking Teacher Materials. / Chris M. Worsnop. – 2004. – 60 p. - URL: http://mediaeducation.ucoz.ru/_ld/10/1092_Worsnop_2004.pdf

В статье рассматриваются различные подходы к определению понятий медиаграмотности и информационной грамотности, осуществляется их сравнительный анализ. Освещен феномен медиаконвергенции и ее виды. Рассмотрены переход от цифровой и аудиовизуальной компетентности к медиакомпетентности на трех уровнях (знание, понимание, реализация) в 10 направлениях деятельности (доступ к информации, язык, технологии, технологический процесс производства, медиаиндустрия, идеология и ценности, восприятие и понимание, участие в жизни общества, процесс создания, коммуникация). Уточнено различия в значении терминов «медиаграмотность» и «медиакомпетентность». Выяснено функциональное содержание медиакомпетентности.

Ключевые слова: медиаграмотность, медиакомпетентность, информационная грамотность, медиаобразование, конвергенция, функции медиакомпетентности

This study aims to investigate different approaches to the definition of «media literacy» and «information literacy»; to give their comparative analysis. In particular, it is emphasized that information literacy deals with the importance of access to information, assessment and ethical use of information and media literacy – with the ability to understand the importance of media functions, to assess how these functions are implemented and to use media effectively for self-expression and self-realization. The phenomenon of media convergence and its types are considered. Two approaches that define the relationships between information competence and media competence are provided. In the study, we focus on the the transition from digital and audiovisual to media competence at three levels (knowledge, awareness, realization) through 10 activities (access to information, language, technology, production process, media industry, ideology and values, reception and comprehension, citizen involvement, production, communication). The differences of terms media literacy and media competence are clarified using Ukrainian and foreign scientists' research and backed by UNESCO documents. Media competence functional content is analysed. The article centers around the idea that the primary goal of media education is media competence formation and critical thinking as well.

Key words: media literacy, media competence, media education, information literacy, convergence, functions of media competence

УДК 378:808.2

Моргун Алла Владимировна,
кандидат филологических наук, доцент,
Мукачевский государственный университет

ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ

В статье рассматривается социальная значимость проблемы формирования лингвокультурологической компетенции как одного из условий приобщения личности, изучающей русский язык как неродной, к ценностям русской культуры. Определяются задачи, которые должна ставить перед собой методика преподавания русского языка как неродного в связи с появлением антропоцентрической парадигмы в языкознании.

Ключевые слова: антропоцентрическая парадигма, антропоцентричность языка, лингвокультурология, культурно-ориентированная методика обучения, социокультурная компетентность, социолингвистическая компетентность.