

УДК 007 : 304 : 070

Візуальна грамотність в системі медіаосвіти

Масімова Л. Г.

Київський університет імені Бориса Грінченка, м. Київ, Україна

У статті з'ясовано зміст поняття «візуальна грамотність». Запропоновано використовувати візуалізацію як метод обробки інформації в журналістиці. З'ясовано, що розробка інструментарію візуального мислення є актуальним завданням журналістикознавства. Створена модель візуальної медіакомпетентності особистості. Розроблені критерії методичного забезпечення формування візуальної грамотності. Запропоновані конкретні типи завдання для професійної підготовки журналістів.

Ключові слова: візуальна грамотність, візуальне мислення, візуальний стереотип, візуальний код, зображення, медіакомпетентність, медіаосвіта.

Візуальна грамотність як складник комунікативної компетенції особистості є міждисциплінарною проблемою, якою переймаються і психологи, і педагоги, і фахівці з соціальних комунікацій.

Дослідниця О. А. Калашнікова зазначає, що «XX ст. відзначалося певною «патріархальністю», отримання знань й інформації було пов'язане зі словом, читанням: хочеш знати — читай. На початку XXI ст. вербальна інформація втрачає пріоритет: класику переводять у комікси, політичну, соціальну, навчальну, рекламну інформацію у візуальну: хочеш знати — дивися» [1, с. 3]. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває візуальний медіатекст, який стає основним носієм нової інформації.

Якщо, ще декілька років тому у наукових розвідках йшлося про зображення, як про ілюстративний матеріал до тексту, то сьогодні їх розглядають і як самостійні візуальних жанри журналістики.

Для сучасної молоді спілкуватися та передавати почуття і емоції за допомогою візуальних образів (смайликів, демотиваторів, картинок тощо) стало повсякденною практикою.

Роль громадянської журналістики в суспільстві зросла. Блогерство, коментування повідомлень передбачає створення непрофесіоналами інформаційного продукту. Якість такого продукту, в тому числі і зображення, залежить від рівня освіченості автора повідомлення. Отже, не можна переоцінити місію медіаосвіти у формуванні візуальної грамотності особистості.

Українська наукова школа дослідження медіакультури та медіаграмотності не розрізняє таких понять як візуальна грамотність та відеограмотність [2; 3; 5; 6; 7]. Зарубіжна філософська і семіотична думка довела принципову відмінність в самій природі зображального і відеообразу (Ж. Делез, У. Еко). Ця відмінність не може не впливати на способи сприйняття та тлумачення відеопродукції та зображень. Наприклад, в роботах дослідниці Н. І. Череповської використовується поняття «відеокультура», яке включає технічне забезпечення візуального плану медіа та усю візуальну та аудіовізуальну медіапродукцію [6; 7].

На наш погляд, методика викладання будь-якого курсу медіаосвіти повинна спиратися на глибоке розуміння природи масової комунікації та медіатексту.

Візуальний медіатекст (зображення) – це складне утворення, яке має подвійну природу: сплав зображення і вербального повідомлення. Жодна освітня програма не пропонує до вивчення саме візуальний медіатекст. В той же час в сучасних умовах обсяг зображальної інформації ЗМІ зростає і потребує елементарних селективних та інтерпретаційних навичок.

Мета: визначити роль візуальної грамотності в системі медіаосвіти особистості.

Поставлена мета передбачає такі завдання:

- з'ясувати суть поняття «візуальна грамотність» як складника комунікативної медіакомпетенції особистості;
- розробити модель візуальної медіакомпетентності особистості.

Візуальна грамотність як властивість зображальної журналістики – це розуміння природи візуального повідомлення, знання законів його сприйняття та впізнання, володіння технікою створення та артикуляції візуального образу.

Потрібно також розглядати візуальну грамотність в контексті медіабезпеки, як здатність особи розуміти візуальний медіатекст та убезпечити себе від комунікативної невдачі.

Візуальна грамотність в системі медіаосвіти повинна розвивати візуальне мислення. Візуальний образ є формою існування і результатом візуального мислення. Саме тому візуальне мислення використовується як засіб обробки великих масивів інформації. Візуалізуючи проблему, людина одночасно формулює і розуміє її [4, с. 21]. Доцільно використовувати візуалізацію як метод обробки інформації в журналістиці. Створення схематичних малюнків, таблиць, діаграм дозволить систематизувати матеріал, виявити закономірності, смислові та логічні структури на стадії обробки інформації. Також візуалізація дозволяє доступно та емоційно продемонструвати проблему аудиторії. Так, сьогодні розвиваються та стають популярними жанри в основі яких інфографіка (рейтинги, діаграми, картодіаграми тощо).

В процес візуального мислення Д. Роем виділяє чотири етапа:

- 1) подивитися;
- 2) побачити;
- 3) уявити;
- 4) продемонструвати іншим [4, с. 49].

В контексті професійної діяльності журналіста зусиль вимагають три останні етапи. На етапі побачити, необхідно виділити факт з життєвого потоку, зрозуміти наскільки він є актуальним. Третій етап (уявити) – означає обробити інформацію, сформулювати візуальний образ. На четвертому етапі необхідно продемонструвати результати аудиторії зрозумілою для неї візуальною мовою, врахувати соціально обумовлені аспекти сприйняття.

Калашнікова О. А. у своїй дисертації «Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плаката)» довела, що «графічний дизайн своїм інтернаціональним характером зобов'язаний не стільки сучасним інформаційним технологіям, як виникненню «знакового фундаменту», на підставі якого ґрунтується його сучасний розвиток» [1, с. 14].

Отже, важливу роль в осмисленні візуальної інформації відіграють семіотичні знання і навички. Необхідною умовою тлумачення візуального тексту є розуміння його знакової природи, обізнаність з візуальними стереотипами та візуальними кодами.

Для сучасної молоді візуальні коди минулого століття вже не доступні для розуміння. Тому курс медіаосвіти повинен включати історичну ретроспективу, а пошукова робота пов'язана зі створенням візуального словника. Ця робота на сучасному етапі є актуальною і для розвитку науки про соціальні комунікації. Адже саме візуальна комунікація залишається найменш дослідженою. Отже, молодим науковцям

вона надасть можливість сказати нове слово в науковому пошуку і ствердитися як особистість.

Візуальною грамотністю повинен володіти не тільки автор повідомлення, але і його споживач. Візуальні коди порівняно з вербальними не так чітко фіксовані, в залежності від контексту малюнок може позначати різні речі. Адже в основі «будь-якої зображальної дії, будь-якого зображення знаходиться конвенція» [8, с.163]. «Коди сприймання і впізнання передбачають виокремлення відмінних рис. Від вибору цих рис і залежить пізнання іконічного знаку» [8, с. 160]. Якщо автор не врахував очікування аудиторії, її обізнаність з візуальним кодом, він отримає комунікативну невдачу.

В сфері мас-медій важливим аспектом є не тільки естетична характеристика зображення, але і інформаційна насиченість повідомлення. Для цього на стадії задуму візуального повідомлення необхідно вербально сформулювати його ідею та сюжет. Якість вже завершеного зображення повинна дозволяти переводити візуальну інформацію у вербальну. Для розвитку навичок перекладу з візуального тексту на вербальну мову в процесі навчання можна пропонувати такі завдання: сформулювати творче завдання для фотографа (карикатуриста, художника тощо), створити бріф-версію зображення, створити текстівку до фото, написати сатиричний коментар до зображення, написати оповідання на основі візуального тексту тощо.

Висновки. Для прочитання та створення візуальної інформації потрібно розуміти семіотичні закони функціонування візуального образу. Необхідно враховувати його конотативне значення в контексті взаємодії з іншими образами. Для тлумачення візуальної інформації важливу роль відіграє історія існування візуального коду та стереотипу.

Відповідно і методика опанування візуальною грамотністю повинна відштовхуватися від цих аспектів, а саме:

- 1) Однозначне сприйняття візуальних образів;
- 2) Вивчення соціально обумовлених аспектів сприйняття;
- 3) Створення ефективної комунікації;
- 4) Вивчення історії візуальної мови;
- 5) Створення словника сучасних візуальних кодів.

Модель візуальної компетентності особистості повинна базуватися на:

- 1) вмінні перевести візуальні образи у вербальну мову;
- 2) вмінні створити на основі зображення вербальний текст;
- 3) розумінні символічної природи візуального образу;
- 4) знаннях загальнолюдських та національних візуальних стереотипних образ-символів;
- 5) обізнаності з візуальними жанрами сучасного медіаконтенту;
- 6) трактуванні смислового навантаження композиції;
- 7) розробці комунікативних ідей;
- 8) створенні власної візуальної інформації;
- 9) вмінні мотивувати доречність форми подачі інформації.

Візуальна компетентність є важливою складовою медіакомпетентності особистості. Модель візуальної компетентності повинна стати основою для започаткування засобів організації виробництва візуальної інформації. Правила використання, прийоми та інструментарій візуального мислення формують технологічний процес в практичній журналістиці, який значно скорочує час на обробку інформації та робить її результат цікавим та значущим. Розробка інструментарію візуального мислення з врахуванням специфіки мас-медіа є актуальним завданням сучасного журналістикознавства. Завдання для медіаосвіти стане запропонувати ефективні методики опанування цим інструментарієм.

for information processing and makes its result interesting, analytical and at the same time emotional during consumption of information.

The criteria of methodological support of the formation of visual literacy are developed. Proposed are also specific kinds and types of tasks for the training of journalists and for the formation of visual literacy of the audience. A model of visual media-competence of the individual is offered, which must be taken into account during development of media education programs.

Key words: visual literacy, visual thinking, visual stereotype, visual code, image, media competence, media education.

Поступила до редакції 08.09. 2013 р.