

Медиаобразование

MEDIA EDUCATION

Российский журнал истории, теории и практики медиапедагогики

Russian journal of history, theory and practice of media education

№ 1/2015



Медиаобразование. 2015. № 1.

Российский журнал истории,
теории и практики медиапедагогике

ISSN 1994-4195

ISSN 1994-4160

**Журнал основан в 2005 году.
Периодичность – 4 номера в год.**

Журнал включен в базу Российского индекса
научного цитирования (РИНЦ)

http://elibrary.ru/title_about.asp?id=32086

Журнал включен в международный реестр
научных журналов Directory of Open
Access Journals (<http://www.doaj.org>),

Global Serial Directory UlrichsWeb

(<http://www.ulrichsweb.com/ulrichsweb/>)

и каталог профильных ресурсов портала
Альянса цивилизаций ООН

Media Literacy Education Clearinghouse

(<http://www.aocmedialiteracy.org>).

Учредители

Бюро ЮНЕСКО в Москве,
Ассоциация кинообразования и
медиапедагогике России,
Таганрогский институт
им. А.П.Чехова,
МОО «Информация для всех»

Адрес редакции

Статьи для публикации в журнале
принимаются по электронной почте.
e-mail: tina5@rambler.ru

Редакционная коллегия:

А.В. Федоров (главный редактор)

Л.М. Баженова

О.А. Баранов

Е.Л. Вартанова

С.И. Гудилина

В.В. Гура

А.А. Демидов

Н.Б. Кириллова

С.Г. Корконосенко

А.П. Короченский

В.А. Монастырский

В.С. Собкин

Л.В. Усенко

Н.Ф. Хилько

А.В. Шариков

Зеркала электронной версии журнала

http://mediaeducation.ucoz.ru/load/zhurnal_quot_mediaobrazovanie_quot/6

<http://www.mediagram.ru/mediaed/journal/>

Информационная поддержка

Портал «Информационная грамотность и
медиаобразование» <http://www.mediagram.ru>

Портал «Информация для всех» <http://www.ifap.ru>

Портал «Медиаобразование и медиакультура»:

<http://mediaeducation.ucoz.ru/>

(Открытая электронная библиотека

«Медиаобразование»,

Электронная научная энциклопедия

«Медиаобразование и медиакультура»)



Media Education. 2015. N 1 (Volume 44)

Russian journal of history, theory and practice of media education

Founded 2005. Frequency - 4 issues per year.

ISSN 1994-4195

ISSN 1994-4160

The Journal is included in the Russian Scientific Citations Index

http://elibrary.ru/title_about.asp?id=32086,

international register of scientific journals Directory of Open Access Journals (<http://www.doaj.org>),

Global Serial Directory UlrichsWeb (<http://www.ulrichsweb.com/ulrichsweb/>) and the catalog

relevant resource portal UN Alliance of Civilizations Media Literacy Education Clearinghouse

(<http://www.aocmedialiteracy.org>).

Founders: UNESCO Moscow Office, Russian Association for Film and Media Education, Anton Chekhov Taganrog Institute, ICO "Information for All".

Editorial address:

Articles for this journal publication are accepted via e-mail only. E-mail: tina5@rambler.ru

Editorial board:

Alexander Fedorov (Editor), Prof., Ed.D., Anton Chekhov Taganrog Institute,

Oleg Baranov, Ph.D., Prof. (Tver),

Larissa Bazhenova, Ph.D., Russian Academy of Education (Moscow),

Svetlana Gudilina, Ph.D., Russian Academy of Education (Moscow),

Valery Gura, Ph.D., Prof., Anton Chekhov Taganrog Institute,

Alexei Demidov, head of ICO "Information for All" (St-Petersburg),

Nikolai Khilko, Ph.D., Omsk State University,

Natalia Kirillova, Ph.D., Prof., Ural State University (Yekaterinburg),

Sergei Korkonosenko, Ph.D., Prof., St-Petersburg State University,

Alexander Korochensky, Ph.D., Prof., Dean of Faculty of Journalism, Belgorod State University,

Valery Monastyrsky, Ph.D., Prof., Tambov State University,

Alexander Sharikov, Ph.D., Prof., The Higher School of Economics (Moscow).

Vladimir Sobkin, Acad., Ph.D., Prof., Head of Sociology Research Center (Moscow),

Elena Vartanova, Ph.D., Prof., Dean of Faculty of Journalism, Moscow State University,

Leonid Usenko, Ph.D., Prof., South Federal University (Rostov-on-Don),

The web versions of the Media Education Journal:

http://mediaeducation.ucoz.ru/load/zhurnal_quot_mediaobrazovanie_quot/6

<http://www.mediagram.ru/mediaed/journal/>

Information Support:

Portal "Information Literacy and Media Education" <http://www.mediagram.ru>

Portal "Media Education and Media Culture" <http://mediaeducation.ucoz.ru>

Portal "Information for All" <http://www.ifap.ru>

СО Д Е Р Ж А Н И Е

<i>Актуальные новости</i>	6
<i>Практика медиаобразования</i>	
Онкович А.В. Медиаобразование: «Журналистика для всех», «предметное» или «профессионально-ориентированное»?	18-29
Левицкая А.А. Медиакомпетентность и аналитическое мышление аудитории: социологические опросы последних лет	30-42
Федоров А.В., Левицкая А.А. Блоговая медиакритика: медиаобразовательная функция	43-49
Шаш, М., Бондаренко Е.А. Роль СМИ в учебно-воспитательном процессе в России	50-64
Горбаткова О.А. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Центральной Азии (Узбекистан, Таджикистан, Киргизстан)	65-76
Чельшев, К.А., Чельшева И.В. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов Украины	77-89
<i>Проблемы медиакультуры</i>	
Сальный Р.В. Творческий портрет медиакритика Л.А. Аннинского	90-101
Федоров А.В. Технология герменевтического анализа советских анимационных медиатекстов второй половины 1940-х годов на тему «холодной войны»	102-112
<i>Книжная полка</i>	
Барсуков В.И. Медиаобразование: новые книги, статьи, авторефераты диссертаций	113-122

Contents

<i>Actual News</i>	6
<i>Media Education Practices</i>	
Onkovich, G. Media Education: "Journalism for all", subject oriented or profession oriented mediaeducation?	18-29
Levitskaya, A. Audience media competence and analytical thinking: recent sociological Surveys	30-42
Fedorov, A., Levitskaya, A. Blogging media criticism, media educational function	43-49
Shash, M., Bondarenko, E.A. The role of the media in the educational process in Russia	50-64
Gorbatkova, O. Synthesis of media criticism and media education in the learning process of pupils and students in the countries of Central Asia (Uzbekistan, Tajikistan, Kyrgyzstan)	65-76
Chelyshev, K. Chelysheva, I. Synthesis of media criticism and media education in the learning process of pupils and students in Ukraine	77-89
<i>Media culture Problems</i>	
Salny, R. Creative portrait of media critic Lev Anninsky	90-101
Fedorov, A. Technology of the hermeneutical analysis of Soviet animation media texts of the second half of the 1940s on the topic of "cold war"	102-112
<i>Books shelf</i>	
Barsukov, V. Media education: new books, articles, Ph.D. dissertations	113-122



Актуальные новости

Аннотация. Короткая информация о текущих медиаобразовательных событиях.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиапедагогика.

Actual News

Abstract. Short information about new events in the media education in Russia: conferences, media education trainings, etc.

Keywords: media studies, communication, media education, media literacy.

Журналу «Медиаобразование» - 10 лет

В январе 2015 года у журнала «Медиаобразование» юбилей - 10 лет со дня выхода первого номера. В связи с этим в адрес редакции пришли поздравления от коллег – медиапедагогов, исследователей медиакультуры, читателей журнала. Мы публикуем их в этом юбилейном номере.

Уважаемый журнал «Медиаобразование»! Поздравляю тебя и всю твою команду с 10-летием! Спасибо всем энтузиастам, авторам, экспертам за Ваши публикации, за Вашу работу!

Журнал сделал, делает и еще, уверен, сделает очень много полезного в важнейшей, особенно сегодня, области медиаобразования.

Во всех регионах мира, особенно в Европе, Канаде, Австралии и Китае, а также в других странах понимают, насколько важна эта тема в эпоху революции технологий и информации. Информация, СМИ, интернет - мощнейшие инструменты знаний, но и, к сожалению, дезинформации, манипуляции. России еще предстоит многое сделать для того, чтобы медиаобразование стало доступным и обязательным для всех на протяжении всей жизни. Журнал может и должен внести свой вклад в это важное дело! Удачи!

*Владимир Гай,
профессор МГИМО, кандидат исторических наук, член европейского проекта по медиаобразованию, член (и представитель во Франции) Евразийской академии радио и ТВ, руководитель секции и директор отдела ЮНЕСКО по вопросам медиа (1994-2012)*

Для человека 10 лет - юность. Для журнала - это и юность, и зрелость. Поздравляем журнал «Медиаобразование» и его идейного вдохновителя Александра Викторовича Федорова с юбилеем!

На материалах журнала выросло уже новое поколение медиапедагогов. Повторю за великим поэтом: «Лет до ста расти Нам без старости. Год от года расти Нашей бодрости!

Пусть так и будет. Всегда. А мы всегда будем рядом.

*Коллектив лаборатории медиаобразования
Института содержания и методов обучения
Российской академии образования*

Манящее название –
«Медиаобразование».
В нем слышится призвание
И радость познавания,
Труды преподавания
И мысли вызревание,
Наук формирование
И праздных врачевание.
В нирване и в саванне я,
В князьях и низком звании,
В дни встреч и расставания –
О, «Медиаобразование»!
Люблю до ликования.

*С.Г. Корконосенко,
доктор политических наук, профессор,
Санкт-Петербург*

Сердечно поздравляю с 10-летием журнал «Медиаобразование». Это издание выдержало значительное испытание временем, что является свидетельством его высокой научной планки. 10 лет – это достойный юбилей! В первую очередь, поздравляю главного редактора Александра Викторовича Федорова! В дни славного Юбилея примите слова благодарности за Ваш труд, Ваше равнодушие, Ваш талант соучастия и сопричастия всем начинающим исследователям. Пользуясь случаем, хотела бы отметить Вашу успешную работу, Вы сумели определить вектор развития журнала в новых условиях, найти верный баланс между богатыми традициями журнала с сохранением печатных версий и необходимой

модернизацией онлайн-размещением журнала в репозиториях открытого доступа.

Поздравляю и представителей редакционной коллегии, всех авторов и, разумеется, читателей. Поздравляю всех, кто гордится своей сопричастностью к этому журналу и для кого он на всю жизнь стал жизненной и научной школой.

Журнал «Медиаобразование» был и остается авторитетным журналом не только в России, но и за рубежом. В нем печатались лучшие медиапедагоги и начинающие исследователи. Для многих журнал стал надежным другом, умным советчиком, настоящим помощником.

Желаю всему творческому коллективу журнала «Медиаобразование» крепкого здоровья, вдохновения, оптимизма, новых вершин, новых прекрасных статей, новых талантливых авторов! Желаю журналу вхождения в золотую тысячу лучших отечественных журналов Проекта «РИНЦ на платформе Web of Science». А читателям – радости общения с любимым журналом!

*Л.А. Иванова,
гл. редактор международного информационно-аналитического журнала «Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык» <http://ce.if-mstuca.ru/>*

С юбилеем «Медиаобразование»!

Живой, многогранный, долгожданный в каждом номере журнал! Ты родился вовремя волны «эмигрантов» бросившихся осваивать медиапросторы и своим содержанием являешься профессиональным компасом, ежедневными задачами, целью... Спасибо тебе за это!

Главному твоему вдохновителю Федорову Александру Викторовичу профессионального долголетия!

Поскольку Журнал действительно является вдохом нового в образовании! Желаю процветания на радость нам читателям и авторам статей!

*Г.П. Максимова,
доктор педагогических наук,
Директор КИБИ Медиацентра (Коммуникативно-информационного библиотечно-издательского медиацентра) Южного федерального университета*

Благодарим медиапедагогов России и редактора журнала «Медиаобразование» А.В. Федорова за приобщение к интереснейшему и перспективному направлению современного образования - медиапедагогике. Пусть духовный потенциал русской культуры станет основой для Вашего лидерства в отечественном и зарубежном мире

медиаобразования и кинопедагогике. Желаем Вам креативных идей, успешного их воплощения, интересных публикаций и творческих читателей!

*Татьяна Александровна Кузьмич,
кандидат педагогических наук, КВУЗ «Херсонская академия непрерывного образования», Русская национальная община «Русичь», Херсон, Украина*

Поздравляем редколлегию журнала «Медиаобразование» с юбилеем! Спасибо за творческий и бескорыстный труд, огромную, почти волонтерскую работу по развитию медиаобразования в регионах России. Ваш журнал - хорошее методическое подспорье в работе каждого из нас. Благодарим так же всех авторов, педагогов, которые неустанно делятся своим опытом, ставят проблемы, которые нам сообща решать легче. Удачи всем в этом! Вы молодцы! Творческих успехов и всесторонней поддержки и помощи желаем вам.

*Татьяна Никитченко,
оргкомитет фестиваля детского кино и телевидения "Веселая ларга", передвижная открытая школа кино и тележурналистики, медиацентр "Следопыт", оргкомитет конкурса детских СМИ "Владивосток. История и современность" Центра детского творчества Владивостока*

Журнал «Медиаобразование» занимает особое место среди профессиональных изданий. Его уникальность в том, что он впервые предложил экспертный взгляд на события в области медиапедагогике. Уже 10 лет «Медиаобразование» остается самым читаемым журналом медиапедагогов России, это подтверждают высокие рейтинги цитирования его авторов в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ). Что немаловажно, новый журнал, рассчитанный на педагогов, работающих в сфере кинообразования, медиаобразования и художественного воспитания, открыл для молодых ученых возможности широкой, бесплатной и, главное, оперативной публикации результатов своих исследований.

В редколлегию журнала входят такие видные ученые как Л.М. Баженова, О.А. Баранов, Е.Л. Вартанова, С.И. Гудилина, В.В. Гура, Н.Б. Кириллова, С.Г. Корконосенко, А.П. Короченский, В.А. Монастырский, В.С. Собкин, Н.Ф. Хилько, А.В. Шариков и другие выдающиеся специалисты в сфере массовых коммуникаций и педагогики. Журнал знакомит читателей с историей развития медиаобразования, с результатами новейших теоретических исследований по медиакультуре и медиаграмотности в стране и за рубежом, стремится максимально способствовать внедрению обучения медиакомпетентности в школьную и вузовскую практику. На страницах журнала публикуются экспериментальные, научно-практические материалы,

ориентированные на развитие медиакомпетентности подрастающего поколения – от дошкольного до студенческого возраста.

Сразу после своего появления «Медиаобразование» стал задавать тон обсуждения научных вопросов, над которыми размышляли ведущие эксперты страны. На страницах журнала находили отражение острые научные дискуссии (достаточно вспомнить полемическую статью профессора К.Э. Разлогова о значении медиаобразования в одном из первых номеров).

Очень важно, что «Медиаобразование» послужил центром, который объединил педагогов, работавших в разных концах нашей огромной страны. Такому объединению во многом способствовало проведение в 2009 году всероссийской научной школы «Медиаобразование и медиакомпетентность», по инициативе и под руководством главного редактора профессора, доктора педагогических наук А.В.Федорова. Именно его авторитет в научном сообществе, стопроцентная бескорыстная самоотдача любимому делу и организаторские способности сделали журнал, не пользующийся никакими корпоративными привилегиями и спонсорской поддержкой, таким, что сейчас статьи, опубликованные в нем, цитируют не только российские исследователи, но и европейские, и американские ученые. Журнал включен в базу Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), в международный реестр научных журналов Directory of Open Access Journals и каталог профильных ресурсов портала Альянса цивилизаций ООН Media Literacy Education Clearinghouse.

В день юбилея желаю главному редактору дальнейших творческих свершений, крепкого здоровья, добра и благополучия, а журналу – новых интересных публикаций, укрепляющих его статус в научном мире!

*А.А. Левицкая,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры гуманитарных дисциплин
Таганрогского института управления и экономики*

Президент Ассоциации кинообразования и педагогики России А.В. Федоров завершил свои функции на этом общественном посту

5 октября 2014 года президент Ассоциации кинообразования и педагогики России А.В. Федоров завершил свои функции на этом общественном посту (включая функции члена правления данной Ассоциации), который он занимал с 2003 года. Причинами этого стали: большая рабочая загруженность А.В. Федорова, создание Некоммерческого

партнерства «Ассоциация специалистов медиаобразования» (АСМО) и др. обстоятельства.

Профессор А.В. Федоров по-прежнему остается главным редактором журнала «Медиаобразование» (http://mediaeducation.ucoz.ru/load/zhurnal_quot_mediaobrazovanie_quot/6), модератором интернет-порталов «Медиаобразование и медиакультура» (<http://mediaeducation.ucoz.ru>) и «Информационная грамотность и медиаобразование для всех» (<http://www.mediagram.ru>), руководителем научной школы «Медиаобразование и медиакомпетентность».

Интернет-портал «Медиаобразование и медиакультура» включает в себя:

- электронную научную энциклопедию «Медиаобразование и медиакультура» <http://mediaeducation.ucoz.ru/load/1> (подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ), проект № 11-06-12001в (2011-2012), научный руководитель проекта – А.В.Федоров);

- электронную научную библиотеку «Медиаобразование» <http://mediaeducation.ucoz.ru/load> (создана при поддержке РГНФ, проект N 08-06-12103в (2008-2009), научный руководитель проекта – А.В. Федоров);

- журнал «Медиаобразование» http://mediaeducation.ucoz.ru/load/zhurnal_quot_mediaobrazovanie_quot/6

- Media education and media culture http://mediaeducation.ucoz.ru/load/media_education_literacy_in_russia/8

В России создана Ассоциация специалистов медиаобразования

На завершившемся 9 октября 2014 года в Московском международном салоне образования в рамках мероприятий деловой программы прошло Всероссийское совещание руководителей молодежных медиапроектов. Участниками совещания стали руководители наиболее значимых, имеющих свою историю российских медиафестивалей, форумов и слетов от Северодвинска до Владивостока. Темой совещания стала проблема развития медиаобразования в Российской Федерации, которая сегодня становится все более актуальной. Модератором мероприятия выступила один из ведущих специалистов в сфере медиаобразования, зав. кафедрой журналистики и медиаобразования Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова И.В. Жилавская.

Своими мыслями о роли медиаобразования в системе международного образования поделился профессор МГИМО, руководитель секции по свободе выражения мнений и развитию коммуникации ЮНЕСКО (1994-2012) В.Л. Гай, который отметил, что проблематика медиаобразования активно

обсуждается в ЮНЕСКО. На сегодняшний день важность этого вопроса осознают во всем мире, оно должно быть доступным для всех. В.Л. Гай подчеркнул чрезвычайную важность развития медиаобразования в России, которая сегодня значительно отстала в этом вопросе от всего мирового сообщества, и необходимость донести до Министерства образования и науки Российской Федерации предложения профессионального сообщества.

Готовность участвовать в этом процессе выразило руководство Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова в лице присутствовавших на совещании ректора вуза В.Д. Нечаева и проректора по науке, инновациям и стратегическому развитию А.А. Глазкова.

На совещании выступили также: зав. кафедрой журналистики и медиаобразования Челябинского государственного университета И.А. Фатеева; главный редактор журнала «Вопросы Интернет Образования», выпускающий редактор журнала «Медиа. Информация. Коммуникация» Е.В. Якушина; генеральный директор Всероссийского открытого форума детского и юношеского экранного творчества «Бумеранг» Н.В. Васильева; директор Межрегионального Северного фестиваля детского и юношеского телевидения, радио и прессы «Голос моря» А.И. Малютин; президент творческого объединения ЮНПРЕСС С.Б. Цымбаленко; ректор Академии инновационного образования и развития, директор Всероссийского конкурса социальной рекламы О.В. Рубцова; руководитель «Межшкольного информационного агентства» Санкт-Петербурга В.Б. Горева; директор Фестиваля детского медиатворчества «Матрица» Д.Г. Кучерук; руководитель Центра инновационного образования Екатеринбурга А.Р. Кантор и другие руководители молодежных медиафорумов.

Все они горячо говорили о проблемах, с которыми сталкиваются в своей деятельности, о задачах, которые стоят перед медиаобразовательным сообществом, о том, что сегодня назрела ситуация, когда крайне необходим диалог с исполнительными органами власти, что в настоящее время следует вести речь о формировании в нашей стране медиаобразовательной политики.

Единодушным решением собравшихся на совещании была учреждена Ассоциация специалистов медиаобразования (АСМО). Президентом АСМО единогласно была избрана И.В. Жилавская. Членами правления стали: Е.А. Бондаренко, Е.В. Якушина, Д.Г. Кучерук, В.Б. Горева, Н.В. Васильева, А.С. Муратов. Секретарем Ассоциации стала К.В. Кравчук.

Также на совещании был сформирован Экспертный совет ассоциации, в который вошли И.А. Фатеева (руководитель Совета), В.Л. Гай, И.М. Дзялошинский, С.Б. Цымбаленко. Список экспертов открыт и может

дополняться учеными, исследователями, педагогами и специалистами в области медиаобразования.

Источник: http://xn--1laagl.xn--plai/news/mmco_asmo

Европейская конференция по информационной грамотности (ЕСІЛ). 20-23 октября 2014 года (Дубровник, Хорватия)

Первая Европейская конференция по информационной грамотности (ЕСІЛ) происходила 22 - 25 октября 2013 в Стамбуле (Турция), вторая - 20 - 23 октября 2014 года в Дубровнике (Хорватия).

ЕСІЛ - это международная конференция, в состав организационного и программного комитетов которую входят более ста известных экспертов из более шестидесяти стран мира. Организаторами конференций выступили Департамент информационного менеджмента Университета Хаджеттепе (Турция) и Департамент информационных и коммуникационных наук Университета Загреба (Хорватия). В состав постоянного комитета (Standing Committee) этой конференции от России входит профессор Н.И.Гендина из Кемерово, от Украины – проф. Г.В.Онкович из Национальной академии педагогических наук.

В первом научном собрании ЕСІЛ приняли участие 367 участников из 57 стран мира. Наибольшее количество представляли США (46 человек), Турцию (37), Англию (24), Норвегию (19). 9 стран были представлены по одному участнику. Количество участников и стран во второй конференции было немного меньше, но все же – более 50. Как и в прошлом году, наибольшее их количество было из США (41 человек), а также из Хорватии (38), Англии (19), Германии (14), Объединенных Арабских Эмиратов (13). 15 стран были представлены по одному участнику. От Украины в этих конференциях приняли участие по два человека: Л.А.Найденова и Г.В.Онкович - в Стамбуле, Е.В.Калицева и Г.В.Онкович - в Дубровнике. Из заявленных двух участников от России из Кемерово (проф.Н.И. Гендина и доц. М. Межова) на форуме, к сожалению, не было ни одного. В отличие от предыдущей конференции в Стамбуле, в Дубровнике значительное количество докладов произносилось двумя-четырьмя выступающими, причем часто они представляли разные страны. И что интересно - программа второй конференции была распечатана в виде плаката, что сразу наглядно воспроизводило картину и всей конференции, и текущего дня.

Информационная грамотность (ИГ), медиаграмотность (МГ) и непрерывное обучение (в течение всей жизни) - основные темы конференций ЕСІЛ, нацеленных на объединение усилий ученых и специалистов в области информации, медиа, педагогов, политиков, предпринимателей и всех других заинтересованных сторон из разных стран мира для обмена знаниями и

опытом, акцентировалось в анонсах. Обсуждались актуальные вопросы, последние события, достижения теории и передовой практики по таким основным темам (перечислим их, чтобы продемонстрировать прогресс в отношении нового явления научного знания): Информационная грамотность (ИГ) и обучение на протяжении всей жизни; Информационная грамотность в теоретическом контексте (модели, стандарты, показатели и т.д.); Информационная грамотность и связанные с ней понятия (сквозные компетенции, медиаграмотность, трансграмотность, метаграмотность, электронная грамотность, компьютерная грамотность, цифровая грамотность, научная грамотность, визуальная грамотность и т.д.); Медиа и информационная грамотность (МИГ) в качестве новой концепции; Исследования ИГ (методы и приемы); Поиск информации и информационное поведение; Лучший опыт в сфере ИГ; Сетевая ИГ и работа в сети; Политика ИГ и политика развития; ИГ и библиотеки (библиотеки колледжей и университетские библиотеки, школьные библиотеки, публичные библиотеки, специальные библиотеки); ИГ и библиотечно-информационное образование; ИГ и управление знаниями; ИГ в различных дисциплинах; ИГ в разных культурах и странах; ИГ в различных контекстах (юридическом, медицинском и др.); ИГ и образование (Болонский процесс и т.д.); Планирование стратегии ИГ (продвижение и маркетинг, подготовка инструкторов, партнерство, сотрудничество в рамках профессии, педагогического образования, интеграции в учебные программы); Обучение ИГ (технологии и методы обучения, педагогическое проектирование, разработка учебных программ, измерение и оценка, веб-обучение, электронное обучение); Обучение ИГ в различных сегментах (среднее, высшее образование, профессиональное образование); ИГ на рабочем месте; ИГ для взрослых; ИГ для проблемных (уязвимых) групп; ИГ для поликультурных сообществ; ИГ и этические и социальные вопросы; ИГ и демократия; ИГ и гражданство; ИГ и цифровой разрыв; ИГ и новые технологии и инструменты (Web 2.0, Web 3.0, мобильные технологии); ИГ в будущем.

Конференция предусматривала различные типы участия, такие как: ключевой доклад; постеры; представления передового педагогического опыта; семинары; панельные дискуссии; форматы «PechaKucha»; мастер-классы приглашенных педагогов-практиков; тренинги; форум докторантов. Каждый формат имел разные требования и ограничения по объему, распределению времени и содержанию. Это разнообразие форм для общения и представления нового и привело нас к мысли, что *пора говорить о конференции как об интерактивной медиаобразовательной технологии*. До начала конференции были изданы тезисы всех участников, где отмечалось

и страна автора, и место работы, и контактный адрес. Некоторым докладчикам было предложено подготовить развернутые публикации, которые были напечатаны в престижных европейских изданиях. (В частности, доклад А.В.Онкович о медиадидактике высшей школы увидел свет в журнале "Communications in Computer and Information Science" известного европейского издательства "Springer").

Все докладчики, заявленные в программе, за редким исключением, представляли свои доклады-презентации. Привлекало разнообразие научных действ. Очень понравился формат «PechaKucha» (презентация 20 слайдов по 20 секунд каждый, после пяти презентаций - вопросы, ответы и обсуждения), мастер-классы, встречи с "классиками" (в частности - с автором понятия "информационная грамотность" Paul G. Zurkowski в Стамбуле), постеры (некоторые из них в уменьшенном формате можно было взять с собой), розыгрыш в лотерею новых и актуальных книг по информационной грамотности, презентация издательств и тому подобное. Но самое лучшее - возможность «живого» общения с коллегами, обмен опытом

Главную роль в организации Второй европейской конференции ECIL сыграл факультет информационных и коммуникационных наук университета Загреба (Хорватия) при участии факультета информационного менеджмента университета Хаджеттепе (Турция). Проходила она в отеле Valamar Lacroma (Дубровник). Ключевыми докладчиками были Дэвид Бавдэн (David Bawden) - специалист в области информационной науки, профессор Лондонского университета (City University London), редактор научного журнала «Journal of Documentation». Его научные исследования и преподавательская деятельность связаны с изучением истории и философии информационных наук, теорией информации и информационного поведения. Научные интересы профессора D. Bawden сконцентрированы на теории и практике развития информационной и цифровой грамотности в новом информационном пространстве и Майкл Айзенберг (Michael B. Eisenberg) – заслуженный декан и профессор Информационной Школы университета Вашингтона, основатель Информационной школы в университете Вашингтона и ее декан с 1998 по 2006 г. M. Eisenberg – один из создателей широко известной во всем мире программы по развитию информационной грамотности «Большая шестёрка умений» (“Big 6 Skills”), автор девяти книг, а также многочисленных научных статей по широкому кругу проблем информационной грамотности, информационной технологии, информационного менеджмента, информационного и библиотечного образования. M. Eisenberg ведет большую работу как со школьниками и студентами, так и в среде представителей бизнеса, правительственных кругов, стремясь показать возможности использования информации и

информационных технологий для удовлетворения своих информационных потребностей и более эффективного и результативного управления информацией.

Как и первая конференция, состоявшаяся год назад в Стамбуле (Турция), конференция предполагала различные типы («жанры») участия: представление полных текстов статей, постеров, отражение передового опыта, проведение семинаров, тематических сессий, панельных дискуссий, форматы «Pecha Kucha», выступления приглашенных докладчиков, форум докторантов. Каждый из «жанров» имел различные требования и ограничения по объему, распределению времени и содержанию.

Конференции, в организации которых привлекались профессиональные фирмы, были очень хорошо подготовлены. Интересной была и предложенная культурная программа - и в Стамбуле, и в Дубровнике есть что посмотреть ...

Третья Европейская конференция по информационной грамотности (ЕСIL) будет проходить в октябре 2015 года в Таллинне (Эстония).

*Ганна Онкович (Украина, Киев),
Елена Калицева (Украина, Николаев)*

Дивина Фрау Майгс назначена директором центра медиаобразования КЛЕМИ

Известный медиапедагог и исследователь медиакультуры, профессор Дивина Фрау Майгс назначена директором центра медиаобразования КЛЕМИ (Париж): Divina Frau Meigs est la nouvelle directrice du CLEMI (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Médias d'Information).
<http://milunesco.unaoc.org/resources/education-aux-medias-et-a-linformation/>

«Медиаобразование – 2014»: победители международного конкурса научных статей

Список победителей Международного конкурса научных статей «Медиаобразование – 2014»:

1 место - Владимир Геннадьевич Жерехов, преподаватель Академии искусств Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева, Уфа, Россия – за статью «Время социального кино (по проекту «Открытый киномир»)», Владислав Анатольевич Смирнов, и.о. профессора Полтавского национального технического университета имени Юрия Кондратюка, Полтава, Украина – за статью «Информационные и эпистемологические аспекты медиаобразования».

2 место - Ирина Анатольевна Милютина, учитель информатики Государственного бюджетного общеобразовательного учреждения города Москвы «Гимназия № 625», Москва, Россия – за статью «Документальное кино как иллюстративный ряд на уроках информатики», Надежда Александровна Соболева, аспирант Санкт-Петербургского государственного университета, «Интерфакс Северо-Запад», Санкт-Петербург, Россия – за статью «Мифологизация сетевого пространства: ложь намеренная и случайная», Татьяна Викторовна Никитченко, Александр Владимирович Потопяк, Татьяна Олеговна Олесова, педагоги дополнительного образования Центра детского творчества г. Владивостока, Приморский край, Россия – за статью «Организация передвижной школы кино и тележурналистики для развития медиатворчества на территории Владивостока и Приморского края», Полина Алексеевна Сяркина, заведующая читальным залом Дальневосточного Федерального университета, член оргкомитета и руководитель пресс-центра фестиваля «Веселая Ларга» г. Владивосток, Россия – за статью «Мультфильм, как средство познания мира и себя».

3 место - Татьяна Викторовна Волкова, учитель информатики, методист Владивостокского университета экономики и сервиса – за статью «Путь в профессию: «Медиашкола “Открытие”» как учебный проект школы-интерната для одаренных детей Владивостокского государственного университета экономики и сервиса», Татьяна Викторовна Уколова, педагог МОБУ ДОД Центр дополнительного образования для детей «Хоста» г. Сочи – за статью «Киноклуб как метод межнационального общения и воспитания патриотизма у молодежи», Никита Антонович Аргылов, главный редактор редакции новостей Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова, директор лаборатории информационной политики и Лена Николаевна Павлова, доцент кафедры журналистики филологического факультета Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова, Якутск, Россия – за статью «Школьный самиздат: актуализация «повестки дня»

Источник: <http://mim.org.ru/>



Практика медиаобразования

Медиаобразование: «Журналистика для всех», «предметное» или «профессионально-ориентированное»?

*А.В. Онкович,
доктор педагогических наук, профессор,
Институт высшего образования Национальной академии
педагогических наук Украины*

Аннотация. Медиаобразование (media education) – *деятельностный* процесс развития и *саморазвития* личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа). В одном случае речь идет о формировании информационной грамотности (ИГ), в другом – о медиаграмотности (МГ). Поскольку этот деятельностный процесс, как правило, проходит одновременно, в последнее время актуализировалось еще одно понятие – медийная и информационная грамотность (МИГ). Его некоторое количество исследователи рассматривают как зонтичный термин, объединяющий многие понятия, в состав которых входит лексема «грамотность». Термин «профессионально-ориентированное медиаобразование», который в образовательное пространство впервые ввели украинские исследователи, ныне обогащается новым содержанием. Это обусловлено тем, что медиаобразование внедряется в систему высшего образования при подготовке специалистов для разных отраслей.

Ключевые слова: медиаобразование, профессионально-ориентированное медиаобразование, журналистика для всех, предметное медиаобразование, информационная грамотность, медиаграмотность, медиаинформационная грамотность, медиакомпетентность, профессионально-ориентированная медиапсихология.

Media Education: "Journalism for all", subject oriented or profession oriented mediaeducation?

*Prof. Dr. Ganna Onkovych,
Higher education institute of the National pedagogical
sciences academy in Ukraine,
head of the theory and methodology of humanitarian
education department*

Abstract. Media education (media education) - active process of development and self-development with the help of material and means of mass communication (media). In one case it is the formation of information literacy (IL), the other - on media literacy (ML). Since this active process usually takes place at the same time, recently another concept has been actualized - media and information literacy (MIL). Some researchers consider it as an umbrella term, comprising many concepts, which include the lexem "literacy". The term "profession oriented media education", which first was introduced into scientific space by Ukrainian researchers, now is being enriched with new content. This is due to the fact that media is included in the system of higher education in the preparation of specialists for different industries.

Keywords: media education, profession oriented media education, journalism for all, subject media education, information literacy, media literacy, media information literacy, media competence, profession oriented media psychology.

На вопрос, вынесенный в название статьи, ответим сразу: медиаобразование – это и „журналистика для всех”, и предметное, и профессионально-ориентированное... Ибо речь идет о:

1) журналистике (или шире - медиа) для всех – когда наработки педагогов, готовящих специалистов для медиаотрасли, используются в другой обучающей среде (часто как хобби) – в кружках, студиях, учреждениях дополнительного образования, досуговых центрах;

2) образовании будущих медиарботников, будущих профессионалов – журналистов (пресса, радио, телевидение, Интернет), кинематографистов, редакторов, продюсеров и др. (высший уровень медиаобразования);

3) научении (и приучении) будущих педагогов в учебном учреждении к использованию медиапродуктов в дальнейшей педагогической деятельности – на занятиях по преподаванию своей дисциплины (наверное, следует вводить новое понятие, возможно, им и будет *«предметное медиаобразование»*); медиаобразование в системе повышения квалификации преподавателей вузов и школ;

4) культуре использования медиапродуктов для достижения заранее определенной социально-ориентированной цели;

5) дистанционном медиаобразовании школьников, студентов и взрослых с помощью телевидения, радио, системы Интернет;

6) самостоятельном/непрерывном медиаобразовании;

7) профессионально-ориентированном медиаобразовании будущих специалистов различных направлений подготовки, поскольку речь идет не просто о «журналистике/медиа для всех», а о том, как наиболее эффективно использовать профессионально-ориентированные медиатексты в подготовке будущих специалистов, чтобы в последующем они успешно применяли навыки работы с масс-медиа для повышения профессионального уровня, самообразования в течение всей жизни.

Отметим при этом, что термин «профессионально-ориентированное медиаобразование» в образовательное пространство впервые ввели украинские исследователи (и это случилось не так давно, понятие с умыслом было введено в заголовки отдельных публикаций) [Онкович, 2013 и др.], однако наши коллеги порой не считают нужным это заметить и обозначить [Аладына, 2014]. Конечно, явление это появилось значительно раньше, чем его выделение и определение, тем не менее...

Именно профессионально-ориентированному образованию посвящены диссертационные работы, выполненные (и выполняемые) в Институте высшего образования Национальной академии педагогических наук Украины (Р.Бужиков, Н.Духанина, И.Сахневич, О.Янишин; Е.Калицева, И.Макаренко, Ю.Горун, М.Кузько, Н.Литвин (Кривонос), М.Кудлай), в Черкассах (И.Гуриненко, И.Чемерис), в Луганске, Житомире [<http://mic.org.ru/5-nomer-2013/184-mediadidaktika-vysshej-shkoly>], а программы спецкурсов изданы отдельным сборником [Медиадидактика..., 4].

Современный специалист в любой отрасли обязан быть медиакомпетентным. По нашему мнению, *медиакомпетентность специалиста* - это интегральная характеристика личности, которая состоит из отдельных частных компетенций и является признаком медиакультуры. (В этом ключе в Украине сейчас уже ведут речь и профессионально-ориентированной медиапсихологии [Литвин, 2013]. ...

Новые жизненные обстоятельства требуют ориентации высшей школы на всестороннее развитие личности в процессе ее подготовки. Задача специалиста информационной эпохи – развивать критическое мышление, умение анализировать и отбирать личностно значащую информацию, структурировать, обобщать и осмысленно использовать медиапродукты, - на этом акцентируют внимание многие программные документы, принятые в последние годы. И именно благодаря медиаобразованию студенты получают стимул к самообразованию через медиа.

Убеждаемся в этом, когда знакомимся с монографией „Медіакомпетентність фахівця” («Медиакомпетентность специалиста»). В названной монографии авторы рассматривают особенности приобретения медиакомпетентности на примере редакторской специальности. Отмечаются характерные тенденции, обусловленные редакторской подготовкой медиапродукта, обращается внимание на педагогическую составляющую медиаобразования [Медіакомпетентність...].

Основу монографического издания составляют исследования студентов кафедры «Издательское дело и редактирование» Издательско-полиграфического института Национального технического университета Украины «КПИ», выполненные в русле нашего экспериментального

спецкурса «Медиаобразование». Именно практика преподавания этого спецкурса убедила в необходимости преобразования медиаобразования «вообще» в «профессионально-ориентированное медиаобразование». Особенно успешной была самостоятельная поисковая работа студентов, направленная на выполнение домашнего задания (например, задания: «Найдите (определенный медиапродукт), который обогатит вас профессиональными знаниями; представьте этот медиапродукт на занятии...»). При этом обязательным было условие: найти такую профессионально-значимую информацию, чтобы ее предъявление удивило и одноклассников, и преподавателя. Наиболее интересные поисковые находки превращались в статьи и публиковались. Такая студентоцентричность – одна из определяющих характеристик европейского простора высшего образования, что выстраивается в ходе реализации Болонского процесса.

Для некоторых студентов научный поиск, направленный на обогащение профессиональными знаниями, продолжился при написании дипломной работы. Успешно защищенные исследования, выполненные как дипломные проекты, и стали основой коллективной монографии.

Отметим, что в программе спецкурса научные изыскания молодых исследователей, развитые в дипломных работах, были обозначены точно. Тем не менее, авторы монографии Ю.Горун, В.Кравчук, Н.Литвин (Кривонос) сегодня успешно решают проблемы профессионально-ориентированного медиаобразования на аспирантском уровне. Многие аспекты их исследований можно обозначить словом "впервые", поскольку предложенные темы исследований являлись новыми, актуальными и недостаточно исследованными. Их работы - значительный вклад в развитие медиаобразования не только в украинском контексте. Тем более, что результаты студенческих наработок можно использовать в научно-педагогической деятельности, а также при разработке спецкурсов для профессиональной подготовки редакторов или непосредственно в издательстве. Разделы монографии содержат практический материал для специалистов, которые в своей работе могут его использовать в профессиональной деятельности.

Так, в разделе «Медиакомпетентность редактора», автор которого Юлия Горун [Медіакомпетентність..., с. 15 - 83], обоснована эффективность технологии формирования медиаграмотности редактора как составляющей его профессиональной компетентности с использованием сайтов по медиаграмотности. Исследовательница предложила собственное определение понятия *медиакомпетентность редактора*, выделила составляющие медиакомпетентности, которые можно развивать с помощью сайтов в зависимости от специфики редакторской деятельности, сгруппировала сайты

по медиаграмотности, а также определила, с помощью каких средств через эти сайты формируется медиакомпетентность редактора. С этой целью молодая исследовательница проанализировала влияние Интернет-источников по медиаграмотности на развитие медиакомпетентности редактора.

Вера Кравчук в разделе "Периодические издания по искусствоведению как средство медиаобразования" [Медиакомпетентність..., с. 84-132], впервые представила искусствоведческую периодику как отдельный пласт специализированной прессы, что может служить реализации задач медиаобразования. Исследовательница предложила модель использования журналов об искусстве как одного из видов учебного материала (при изучении истории и теории искусства, а также для овладения навыками эффективного использования медиа студентами творческих учебных заведений), рассмотрела возможность введения медиаобразовательных занятий с использованием искусствоведческой периодики для студентов нехудожественных вузов.

Анализ периодических изданий по искусствоведению побудил исследовательницу определить одной из ключевых протекционистскую теорию медиаобразования, поскольку в последнее время особенно усилилось негативное влияние медиа на людей: не умея их использовать и выбирать среди разнообразия качественные источники информации, ее потребители приходят к ошибочным мнениям и действиям. Поэтому при преподавании медиаобразования на материале искусствоведческих СМИ В.Кравчук предлагает делать акцент на подбор качественных (правдивых, объективных, разноплановых, полных и т.п.) медийных средств. Автор исследования справедливо считает, что всегда актуальной будет оставаться эстетическая и культурологическая функции такой периодики, поскольку осведомленность в искусстве – один из основных показателей образованности и культурного уровня личности, даже не связанной с искусством профессионально.

Редакторскому аспекту подготовки к изданию такой литературы, как комиксы (рисованные истории) посвящен раздел авторства Екатерины Нагорной [Медиакомпетентність..., с. 222-281]. Впервые в отечественной гуманитаристике исследовательница рассматривает учебно-воспитательные возможности комиксов и условия их применения; определяет их использование как одну из медиаобразовательных технологий в процессе обучения в школе; обосновывает особенности редакционного процесса обработки комиксов и выделяет роль редактора в этом процессе.

Практическое значение исследования Екатерины Нагорной заключается в реальных возможностях использования ее наработок на практике - и в редакционной работе, и в учебном процессе - при подготовке педагогов и редакторов. Раздел содержит методически грамотный

практический материал для медиапедагогов, учителей, родителей и редакторов, которые в своей работе сталкиваются с использованием комиксов в новых условиях информационного общества.

Цель исследования Натальи Литвин (Кривонос) - обоснование эффективности технологии формирования профессиональной компетентности редакторов средствами медиапсихологии [Медіакомпетентність..., с. 133-179]. Роль медиапсихологии в формировании профессиональных качеств редактора не была предметом научных исследований ни украинских, ни зарубежных ученых. Многие аспекты этого исследования можно определить как новое, актуальное и пока недостаточно исследованное. Работа молодой исследовательницы - значительный вклад в развитие медиаобразования и медиапсихологии. Н.Литвин впервые в мировой практике рассмотрела роль медиапсихологии в формировании профессиональных качеств редактора; предложила собственные определения понятий *медиапсихология редактора*, *критическое мышление редактора* и выяснила, какие именно медиапсихологические знания необходимы современному редактору. Раздел содержит практический материал для специалистов по социальным коммуникациям, которые в профессиональной деятельности сталкиваются с использованием медиапсихологических факторов.

Иной пример подключения этих факторов к профессиональной деятельности редактора представлен в разделе Иванны Костюхиной [Медіакомпетентність..., с. 180 - 221], где говорится о медиапсихологии как средстве выявления механизма воздействия на эмоции зрителя развлекательных телепередач.

Жанр развлекательных программ приобрел значительную популярность в современном телевизионном пространстве, следовательно, основы их создания и специфика влияния на зрительскую аудиторию - актуальная проблема для исследований функционирования нынешнего телевидения. В разделе Иванны Костюхиной прослеживается стремление обнаружить в одной из самых популярных развлекательных программ украинского телеканала СТБ «Х-фактор» механизмы и результаты воздействия ее контента на эмоции зрителя, определить роль редактора в процессе создания таких программ, поскольку от квалифицированной работы редактора в значительной степени зависит успех финального продукта.

Новизна исследования И.Костюхиной заключается в том, что в нем впервые говорится о медиапсихологии как средстве выявления механизмов влияния на эмоции зрителя развлекательных телепередач. С этой целью рассмотрены классификации развлекательных программ, определены их недостатки и предложена своя типология по актуальным критериям.

Например, по критерию социальной значимости исследовательница разделяет их на: чисто развлекательные; развлекательные с элементами проблемности; проблемные с элементами развлекательности; чисто проблемные. В исследовании доказано, что развлекательные программы пользуются механизмами влияния на телезрителя, и на примере шоу «Х-фактор» рассмотрены эти механизмы. Значительное внимание при этом уделено роли редактора в создании развлекательных программ, важности такого профессионального качества, как критическое мышление.

В определении механизмов влияния, по мнению исследовательницы, важную роль играет медиапсихология. Иванна Костюхина предлагает собственное определение этого понятия: "Медиапсихология - это отрасль науки, которая исследует и определяет возможное влияние средств массовой информации на психику реципиента и на основе выявленных механизмов предлагает пути для его уменьшения". Ее работа - значительный вклад и в развитие критического мышления, когда анализ медиапродукта ориентирован на понимание скрытой составляющей сообщения и приводит к трем возможным результатам - интерпретации скрытого, оценке скрытого и принятию позиции по скрытому. Этот процесс носит личный и творческий характер.

Не останавливаемся на подробном анализе разделов монографии - они интересны и самобытны. Отметим только, что отдельные положения студенческих исследований были предметом обсуждения на международных круглых столах и международных научно-практических конференциях. По результатам исследований авторами-студентами опубликовано несколько статей.

Современное медиаобразование - широкий простор для разработки новых теорий и концепций, апробации уникальных образовательных технологий, что и иллюстрирует издание. Монография прекрасно представляет возможности профессионально-ориентированного медиаобразования на примере подготовки будущих специалистов редакторского дела. Опыт подготовки к изданию комплексного исследования, объединенного одной идеей - профессионально-ориентированное медиаобразование - и выполненного под руководством одного руководителя, может стать хорошим примером для многих кафедр, которые готовят к самостоятельной деятельности специалистов XXI века.

Не останавливаемся на особенностях подготовки будущих медиарботников - не будем забирать хлеб у педагогов, готовящих специалистов для медиасферы, но обратим внимание на перспективы развития *предметного медиаобразования*.

К сожалению, в Украине нет таких прекрасных примеров внедрения медиаобразования в школьную программу, которые представлены в монографии А.В.Федорова, А.А.Новиковой и др. [Федоров и др., 2007]. Здесь в разделе «Медиаобразование в Великобритании» говорится об использовании медиаобразовательных технологий «в рамках предмета». Среди обозначенных предметов – граждановедение, музыка, искусство и проектирование, география, современный иностранный язык, дизайн и технологии, история и др.

В качестве примера *предметного медиаобразования* рассмотрим медиаобразовательные технологии на примере школьной дисциплины „География” [Федоров и др., с.209 – 213].

Среди *обучающих целей* на занятиях по географии учащиеся должны узнать, что:

- выпуски могут быть представлены различными видами медиатекстов, такими как новости, документальный фильм, дискуссия, трагедия, полнометражный фильм, образовательные программы;

- различные виды медиатекста могут содержать различный смысл и ограничения как источники наглядности для выпусков или презентации местности:

- медиатексты варьируются, описывая различные местоположения;

- толкование может видоизменяться в зависимости от восприятия окружающих;

- различные виды медиатекстов оказывают влияние на способ восприятия нами людей из этих мест;

- понимание цели и аудитории является жизненно важным в оценке медиатекста;

- учащиеся должны быть способны определить, где мнение основано на очевидном факте, а где - нет.

При этом акцентируется внимание на видах *деятельности* учащихся. Они должны просмотреть два или три отрывка из совершенно противоположных источников (таких как, *BBC 2000* или *Channel 4 Geographical Eye* серии из цикла *Географический взгляд*, программы о местах проведения отпусков, полнометражные фильмы, новости или документальные фильмы); пронаблюдать, как «изображение» страны представлено в каждом отрывке, отмечая, является ли общее представление позитивным, негативным или пропорциональным; выполнить в классе упражнения по имитации, где учащимся предоставлены различные роли продюсера или директора и побудить создать фильм о стране, такой как Бразилия (например, одна группа уполномочена в качестве благотворительной организации для бездомных людей, нуждающихся в

сборе денег; другие создают программу о месте проведения отпуска, программу для исторического канала о природе, организации по правам человека, о благотворительной организации по защите окружающей среды об ассоциации городского развития. Результаты объединяются, и послесловием служит дискуссия о том, как восприятие учащихся изменилось в результате воспроизведения).

Виды деятельности могут быть и другими. Например, преподаватель предлагает обратить внимание на выпуски, где речь идет о туристах в Национальном парке в Великобритании, обращаясь к серии на канале BBC *Investigating Britain* («Исследуя Британию»). Учащиеся сначала делятся общим впечатлением о фильме, затем - используя технологии «замораживание кадра» и «место кадров» - отслеживают примеры убедительных аргументов, подтверждая или опровергая высказанные мнения. Завершением служит написание произведения в жанре дискуссии для журнала.

В результате учащиеся смогут воспроизвести: настоящую или мультимедийную презентацию о стране (например, Японии, Америке, Франции, Италии, Кении или Бразилии, показывая, как страна представлена в различных жанрах телевизионных программ); предложить раскадровку для фильма о Бразилии, который иллюстрировал бы места для благотворительных организаций с аудиторией и целями для рассмотрения; представить письменное отображение влияния данного упражнения на собственное восприятие учащихся Бразилии и воздействие медиа на их восприятие. Письменный анализ очевидного факта и ситуации для выпуска должен доступно и наглядно представлять обе стороны аргумента и обобщить заключения, основанные на наглядном материале.

При этом используются такие основные *технологии*: *замораживание кадра (Freeze Frame)*, *Звук и изображение (Sound and Image)*; *Начало и конец (Top the Tail)*; *Сравнение медиатекстов (Cross-media Comparisons)*; *Имитация (Simulation)*.

Предлагается и *„возможная обучающая деятельность”* Так, при технологии „замораживание кадра”, просматривая отрывок из фильма с отчетливо выраженным сценарием (например, *Theima and Louse* для изображения пейзажей северо-западной Америки), учащиеся записывают прилагательные, на которых будет основано письменное описание, классифицируя их по цвету, размеру, модели и текстуре. Учащиеся могут продолжить свою деятельность, создав набросок с помощью технологии «замораживание кадра» и «словарной основы», описывая пейзаж.

При этом преследуются такие *обучающие цели*:

- Кинорежиссеры выбирают положение камеры, угол и движение, чтобы создать особое впечатление от ландшафта, погодных условий или человеческой деятельности.

- Кинофильм может быть коротким, чтобы описать местоположение. Сравнить огромный размах панорам с сугубо внутренними деталями, такими, например, как разбросанные овощи.

При *технологии* «звук и изображение», просматривая отрывок из кинофильма, без звука, учащиеся выдвигают гипотезу о звуках (или запахах), предлагают в предполагаемую наглядность. С другой частью видео и третьей или четвертой частями, наполненными музыкальными или звуковыми эффектами, учащиеся работают в парах, чтобы оценить влияние музыки на изображение места. Учащиеся могут выбрать и объяснить фрагмент выбранной музыкальной заставки.

К обучающим целям при этом относится знание того, что звук также оказывает влияние - как картинка в создании изображения места; изображение места, представленное в кадрах кинофильма, также воздействует на характер звукового оформления; атмосфера места передается выбором музыки.

При *технологии* «начало и конец» учащиеся получают распечатку из разного спектра фильмов о тропическом лесе или другой проблемы человеческого воздействия на окружающую среду (например, исторический документальный фильм о природе, приключенческо-фантастический фильм, призыв к благотворительной организации и т.д.). Учащимся предъявлены отрывки программ, включая первые несколько минут фильма, и им необходимо отобрать фрагменты, оправдывая целесообразность своего выбора.

Среди *обучающих целей* - знание о том, что понятие полезности и отношение к отображаемому режиссеров, спонсоров и компаний-производителей могут отличаться друг от друга, что эти отличия зачастую явно прослеживаются в их программах или фильмах, что медиатексты, нацеленные на различную аудиторию, могут обладать разным ракурсом относительно предмета.

Технология «сравнение медиатекстов» способствует оценке изображения. Реальность и фантастика при этой технологии предоставляют различные виды действительности о феноменах природы: фантастика может передавать эмоциональную вовлеченность, но в действительности быть недостоверными; документальному фильму может не доставать причастности с непосредственным событием. И донесение знаний об этом - также одна из целей обучения. Сравнивая, например, кадры землетрясения (или извержения вулкана) в интерпретации научно-фантастического фильма

с документальным фильмом BBC Horizon и/или вещательной компании Ай-Ти-Ви (ITV) Savage Earth (об извержении на горе Святой Елены), учащиеся вырабатывают собственное отношение к действительности и тому, как она отражается медиасредствами.

Обучающая цель *технологии «имитация»*: реальность, используемая в фильме, всегда ограничена и может быть частичной; различные интерпретации зависят от аудитории и цели или от отношения продюсера и стоимости; комбинация медиаизображения и комментария является мастерским процессом.

Для достижения этой цели учащимся выдается газета и веб-сайты, основанные на местном или национальном выпуске (такие как пробки на дорогах, загрязнение окружающей среды или закрытие завода). Каждому определены различные роли, при этом некоторые учащиеся представляют интересы группы, а другие – более «уравновешенных» репортеров. Представители групп рассматривают, как лучше всего создать фильм, чтобы передать свои аргументы аудитории. Это может изображаться как раскадровка (например, используя возможности программы PowerPoint-презентация) или это можно представить в виде фильма или специального выпуска.

Как видим, *„предметное медиаобразование“* значительно расширяет зону культурной памяти учащихся, дает знания не только о предмете, но и о медиа, учит понимать и использовать их.

В Украине в подобном „сквозном“ использовании медиа на занятиях по предмету, пожалуй, наиболее солидные наработки у преподавателей информатики, успешно разрабатывающих информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в учебном процессе. Популярны и интегрированные (бинарные) уроки с их участием. В последнее время появляются разработки уроков по курсу „Медиакультура“ [Практична...]

Можем спрогнозировать, что в ближайшее время именно предметное медиаобразование (в первую очередь - в школе) и профессионально-ориентированное медиаобразование (в первую очередь - в вузе) найдут себе немало сторонников и будут успешно развиваться.

Литература

- Аладьина Г.В. Профессионально ориентированное медиаобразование // Медиаобразование 2014. М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2014. С. 346–350.
- Аладьина Г.В. Профессионально ориентированное медиаобразование // Профессионально ориентированное медиаобразование. <http://mim.org.ru/uchastiniki-me-14>;
- Литвин Н.О. Профессионально ориентированная медиапсихология в медиаподготовке будущих редакторов // Медиаобразование 2013. М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. С. 294–303.

- Онкович А.В. Медиадидактика высшей школы // Медиа. Информация. Коммуникация. 2013. № 5. <http://mic.org.ru/index.php/5-nomer-2013/184-mediadidaktika-vysshej-shkoly>
- Онкович А.В. Медиадидактика высшей школы: профессионально-ориентированное медиаобразование // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22 (313). 322 с. С.86–91.
- Онкович Г.В. Використання інтегрованого простору знань у навчальному процесі засобами медіаосвіти // Вища освіта України, 2009. № 2, д. 1. Тематичний випуск «Наука і вища освіта України: міра інтеграції». С. 166–172.
- Онкович Г.В. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі // Вища освіта України, 2014. № 2. С.80–88.
- Онкович Г.В., Горун Ю.М., Литвин Н.О., Нагорна К.А. и др. Медиакомпетентність фахівця / ред. Г.В. Онкович Г.В. К.: Логос, 2013. 260 с.
- Онкович Г.В., Духаніна Н.М., Сахневич І.А., Гуріненко І.А., Янишин О.К., Онкович А.Д., Балабанова К.Е. Медиадидактика вищої школи: програми спецкурсів / ред. Г.В.Онкович. Київ: Логос, 2013. 196 с.
- Практична медіаосвіта: авторські уроки / ред. В.Ф.Іванов, О.В.Волошенюк. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.
- Федоров А.В. , Новикова А.А., Колесниченко В.Л., Каруна И.А. Медиаобразование в США, Канаде и Великобритании. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 256 с.

References

- Aladiina, G.V. Profession oriented media education // Profession oriented media education // <http://mim.org.ru/uchastiniki-me-14>
- Aladiina, G.V. Profession oriented media education // Media education 2014. Moscow, 2014. p.-346-350.
- Fedorov, A.V., Novikova, A.A at all. Media education in the USA, Canada and UK. Taganrog: Kuchma Publishing House, 2007. 256 p.
- Ivanov, V.F. at all. Practical Media Education: Author's Lessons. Kiev: Ukrainian Press Academy, Free Centre Press, 2013. 447 p.
- Lytvyn, N.O. Profession oriented media psychology in media training of future editors // Media education 2013, pp. 294 - 303.
- Onkovych, G.V. at all. Media competence of a specialist. Kiev: Logos, 2013. 260 p.
- Onkovych, G.V. at all. Media didactics for high school: program for special courses. Kiev: Logos, 2013. 196 p.
- Onkovych, G.V. Media didactics for high school // Media. Information. Communication. 2013. № 5. <http://mic.org.ru/index.php/5-nomer-2013/184-mediadidaktika-vysshej-shkoly>
- Onkovych, G.V. Media didactics for high school: profession oriented media education // Bulletin of Cheliabinsk State University. 2013. № 22 (313), pp. 86-91.
- Onkovych, G.V. Profession oriented media education in high school // Higher Education of Ukraine. 2014. № 2, pp.80–88.
- Onkovych, G.V. Use of the integrated knowledge area in the learning process by means of media education // Higher Education of Ukraine, 2009. № 2, Ap. 1. Topical Issue "Science and Higher Education in Ukraine: the degree of integration", pp. 166-172.



Практика медиаобразования

Медиакомпетентность и аналитическое мышление аудитории: социологические опросы последних лет *

*А.А.Левицкая,
кандидат педагогических наук, доцент,
Таганрогский институт экономики и управления*

** статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 14-18-00014 «Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов», выполняемый в Таганрогском государственном институте управления и экономики.*

Аннотация. Выявление уровня медиаграмотности / медиакомпетентности различных групп населения – задача важная, однако, требующая существенного изменения акцентов: на первом месте по значимости должны быть показатели умений аудитории анализировать и оценивать медиасферу и ее роль в социуме (включая анализ медиатекстов) и только потом – такие умения как создание и распространение собственной медийной продукции и умения (часто или редко) пользоваться медийной аппаратурой. Иначе подведение итогов социологических опросов на тему медиакомпетентности могут привести к привычному изъяду – доминанте пользовательских навыков

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиакритика, медиакомпетентность, аналитическое мышление, социологические опросы.

Audience media competence and analytical thinking: recent sociological surveys

*Dr. Anastasia Levitskaya,
Taganrog Institute of Economic and Management*

Abstract: Identifying the level of media literacy / media competence of different population groups - an important task, but it requires a significant change in emphasis: in the first place on the importance of skills to be indicators of the audience to analyze and evaluate the media sphere and its role in society (including the analysis of media texts), and only then, such

as the ability to create and dissemination of its own media production and skills (often or rarely) use of media equipment. Otherwise summarizing public opinion polls on the subject of media competence can lead to the usual flaws - the dominant user skills.

Keywords: media education, media literacy, media criticism, media competence, analytical thinking, sociological surveys.

В 2009 году были опубликованы результаты масштабного социологического исследования, посвященного сравнению уровней развития медиаобразования, медиаграмотности в различных государствах Европейского Союза [Celot, 2009]. В итоге исследования страны ЕС были распределены – в зависимости от уровня развития медиаобразования и медиаграмотности населения - на три группы:

- страны ЕС с высоким уровнем развития медиаобразования и медиаграмотности населения: Австрия, Великобритания, Дания, Люксембург, Нидерланды, Финляндия, Франция, Швеция;

- страны ЕС со средним уровнем развития медиаобразования и медиаграмотности населения: Бельгия, Венгрия, Германия, Ирландия, Испания, Италия, Литва, Мальта, Португалия, Словения, Чехия, Эстония;

- страны ЕС с низким уровнем развития медиаобразования и медиаграмотности населения: Болгария, Греция, Кипр, Латвия, Польша, Румыния, Словакия [Celot, 2009, p.69].

В 2011 году с той же целью был проведен еще один европейский опрос, согласно которому страны ЕС были также распределены – в зависимости от уровня развития медиаобразования и медиаграмотности населения - на три кластера:

- страны ЕС с высоким уровнем развития медиаобразования и медиаграмотности населения: Австрия, Великобритания, Германия, Дания, Люксембург, Нидерланды, Финляндия, Франция, Швеция;

- страны ЕС со средним уровнем развития медиаобразования и медиаграмотности населения: Бельгия, Венгрия, Ирландия, Испания, Италия, Кипр, Литва, Мальта, Португалия, Словакия, Словения, Чехия;

- страны ЕС с низким уровнем развития медиаобразования и медиаграмотности населения: Болгария, Греция, Латвия, Польша, Румыния, Эстония [Testing..., 2011, с.38].

Сравнение этих групп/кластеров показывает, что в целом за три года распределение стран ЕС по уровням развития медиаобразования, медиаграмотности не слишком изменилось: только Германии удалось перейти из «среднего кластера» в группу наиболее развитых в плане медиаобразования стран. Кипр и Словакия смогли из третьего кластера

перебраться во второй, а вот Эстония, напротив, понизила свои показатели – и из средней группы перешла в третью...

Таким образом, Великобритания в обоих социологических исследованиях 2009 и 2011 года вошла (наряду с Францией, Нидерландами, Австрией и странами Северной Европы), в число наиболее продвинутых в сфере медиаобразования стран ЕС. Любопытно, что сравнивая развитие медиаобразования в Великобритании и России, можно сделать выводы о сходстве некоторых текущих событий, связанных с этим процессом. Конечно, медиаобразование в Великобритании развивается активнее, ссылки на медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность здесь «включены в рамки учебной программы (как правило, в уроки английского языка, граждановедения, социальных наук, предметов искусства, медико-санитарного просвещения)» [Bazalgette, 2010]. Однако, как и в современной России, медиаобразование в Великобритании до сих пор в основном зависит от интереса и энтузиазма отдельных учителей с неизбежным результатом неоднородного и разного качества. При этом лишь незначительное меньшинство учителей имеет обоснованное понятие о медиаобразовании, в процессе которого развивается культурный опыт, критических методы анализа, творческие способности учащихся на основе комплексного подхода, встроенного в учебные планы [Bazalgette, 2010].

Кроме того, от культурологического подхода к медиаобразованию, который осуществляется образовательным отделом Британского киноинститута, довольно сильно отличается инициатива созданной в 2003 году организации Ofcom, регулирующего органа для электронных медиа (включая телекоммуникации и Интернет). «Ofcom понимает медиаграмотность очень широко, призывая медиаиндустрию по-новому и напрямую быть заинтересованной в медиаобразовании; ведет полезные исследования о доступе людей к медийным технологиям и таким важным вопросам, как доверие населения к СМИ. Но как регулирующий орган, Ofcom неизбежно опирается на защиту людей от предполагаемых негативных медийных последствий, а также на развитие медиаграмотности с точки зрения основных технических и творческих навыков (например, знания о том, как блокировать спам и пр.). А учитывая, что Ofcom относится к британскому департаменту культуры, медиа и спорта (DCMS), он не может иметь никакого влияния на реальную образовательную политику [Bazalgette, 2010].

Определение, данное Ofcom медиаграмотности, – «возможность доступа, понимания и создания коммуникаций в различных контекстах» - получило в Британии широкое распространение. И так как Ofcom, «в первую очередь, - экономический регулятор, регулятор рынка, а не регулятор контента, то в этом контексте медиаграмотность здесь становится знакомой

частью неолиберальной стратегии. В условиях рыночной экономики, утверждает Ofcom, люди должны быть ответственны за свое собственное поведение как (медиа)потребителей, и вместо того, чтобы обращаться к правительству с просьбой защитить их от негативных аспектов рыночных сил, они должны учиться защищать сами себя. Какое имеет значение, что Р. Мердок владеет медиа, если все мы мудрые и критические потребители? Таким образом, медиаграмотность по Ofcom - компонент стратегии создания саморегулирующегося «гражданина-потребителя»: это отражает переход от государственного регулирования к индивидуальному саморегулированию. Конечно, это поставляется в комплекте в качестве демократического движения - отход от протекционизма и расширение прав и возможностей. Но это также ход индивидуализации: взгляд на медиаграмотность как на личный атрибут, а не как на социальную практику. Ofcom позиционирует людей как потребителей, а не как граждан» [Buckingham, 2009, p.16-17].

Ситуация с Ofcom поразительно похожа на российскую, где в 2013 году Роскомнадзор (также не имеющий никакого влияния на образовательную политику и практику в РФ) подготовил «Концепцию информационной безопасности детей», где в разделе № 20 разработаны «Стратегия, цели, задачи и методы информационного образования детей и подростков» [Вартанова, Матвеева, Собкин, Солдатова, Шариков и др., 2013]. Данная концепция, во-первых, как и деятельность Ofcom, в большей степени рассчитана на защиту аудитории (в первую очередь - детской и молодежной) от вредоносных медийных влияний, а, во-вторых, как уже показала практика, никак не повлияла на реальный образовательный процесс в России.

В похожем ключе развиваются и исследования московской социологической группы «Циркон», в отчете которой - «Текущее состояние и перспективы медиаграмотности населения РФ на основе национального мониторинга медиаповедения (2009-2013)» [Циркон, 2013] - основной упор сделан по пользовательских умениях и навыках аудитории относительно медиа.

Данное исследование было проведено «Цирконом» в интересах Министерства связи и массовых коммуникаций РФ при объемах репрезентативной выборки населения России в 1600 респондентов (опросы населения проходили ежегодно в пять этапов – с 2009 по 2013 годы).

В итоге этих социологических опросов были выявлены:

- степень владения населением навыками обращения с источниками информации;

- степень владения населения медийными устройствами, интернетом, активность их использования (с учетом территориальных и возрастных закономерностей);
- наличие у населения компьютеров, доступа в интернет;
- частота обращения населения к традиционным и новым медиа;
- виды отношения населения к информационному потоку, его критическому восприятию, к проверке медийной информации;
- действия населения при обнаружении недостоверной информации (с группировкой по полу, возрасту, уровню образования, месту жительства);
- виды оценочных суждений населения о медиапотоке [Циркон, 2013].

Исследование выявило, что с 2009 по 2013 год у 1600 российских респондентов существенно увеличилось число использований мобильной телефонии (с 85% в 2009 году до 93% в 2013), компьютеров (с 49% в 2009 году до 71% в 2013), интернета (с 37% в 2009 году до 69% в 2013), примерно на одинаковом уровне сохранилось использование телевизоров (99%-100%), личной семейной библиотеки (53%-54%), MP3-плееров (27%-26%) и видеокамер (22%-26%), существенно упало число пользователей радиоприемниками (с 61% в 2009 году до 41% в 2013 году) [Циркон, 2013].

Тем самым исследование «Циркона» подтвердило, что, несмотря на активный рост контактов населения с интернетом, телевидение и мобильная телефония все еще остаются в нашей стране лидирующими медиа по числу потребителей среди населения. Каждый или почти каждый день, по данным Циркона, мобильный телефон использует 95% опрошенных, телевидение смотрят свыше 80% населения, пользуются компьютером, интернетом – 72% - 73%, тогда как радио в 2013 году ежедневно слушало только 43% респондентов, а к чтению прессы обращалось и того меньше: только 17% респондентов в 2013 году ежедневно читали газеты и лишь 10% - журналы [Циркон, 2013]. Говорят ли эти цифры что-нибудь об уровне медиаграмотности/медиакомпетентности населения? На наш взгляд, в целом - нет, так как высокий уровень медийного потребления сам по себе никак не связан напрямую с высоким уровнем медиакомпетентности / медиаграмотности [Potter, 2014; Tuner, 2009 и др.].

Столь же косвенное отношение к медиакомпетентности имеют и данные исследования «Циркона» о дифференциации медийного потребления в соответствии с местожительством, возрастом, образованием и гендерной принадлежностью аудитории. Понятно, что в городах медиапотребление (особенно в сфере интернет-коммуникаций) выше, чем в сельской местности (хотя в деревнях часто в большей степени, чем в городе, смотрят ТВ); молодежь, особенно мужская и образованная ее часть, более активно контактирует с медиа (особенно – новыми), чем люди пенсионного возраста

и т.д. Кроме того, практика показывает, что значительная часть аудитории может годами взахлеб смотреть какой-нибудь очередной «Дом-2» и посещать только «желтые» интернет-сайты.

В большей степени об уровне медиакомпетентности населения говорит его медийная активность, которая «Цирконом» понимается как «деятельность индивида по созданию информационных артефактов и их распространению (создание и ведение собственных страниц в интернете, размещение в публичном пространстве своих файлов, фотографий и т.п., направление информации в СМИ (пресса, радио, ТВ)» [Циркон, 2013]. В этом плане исследование Циркона обнаружило, что на низком уровне медиаактивности находится 47,3 % населения, на среднем - 29,4 % и только 23,3% – на высоком [Циркон, 2013]. Однако и тут не стоит забывать, что сама по себе подобная медийная активность может быть не только позитивно, но и негативно направленной и даже антигуманной, поэтому на основании высокого уровня медиаактивности человека делать вывод о его высоком уровне медиакомпетентности было бы, наверное, неверным.

Значительно больше говорит об уровне медиакомпетентности респондента его отношение к потоку медийной информации. Исследования «Циркона» в 2013 году показали, что только 29% опрошенных признались, что им трудно ориентироваться в текущем информационном потоке, зато 40% были уверены, что такого рода навигация для них не проблема, а 26% респондентов полагали, что они не только легко ориентируются в медийном мире, но и не видят никакой проблемы в плане большого объема доступной для них медийной информации [Циркон, 2013]. Но так ли это на самом деле? Психологам [Рубинштейн, 1973; Леонтьев, 2002, с.380; Potter, 2012] хорошо известно об эффекте завышенной самооценки индивидом своих способностей, знаний и навыков, а проверка респондентов на реальные умения ориентироваться в медийном поле «Цирконом» в данном исследовании не предусматривалась...

Более интересными относительно ключевых показателей медиакомпетентности оказались результаты исследования «Циркона», раскрывающие способности аудитории к (критическому) аналитическому мышлению. Так, в 2013 году у 58% респондентов при просмотре телепередач, прослушивании радио, чтении газет и журналов довольно часто складывалось ощущение, что их обманывают, то есть дают ложную, непроверенную информацию, пытаются навязать определенную точку зрения. При этом респонденты в большей степени доверяют сообщениям в интернете (42% в 2013 году), чем в телепередачах (только 15% в 2013 году), в прессе (11% в 2013 году) или радио (6% в 2013 году) [Циркон, 2013]. И в целом эта общая цифра критически настроенной по отношению к

медиатекстам аудитория (58%) в значительной степени коррелируется с выявленными «Цирконом» показателями предыдущего раздела, когда 66% (40% + 26%) опрошенных были убеждены, что легко ориентируются в информационном потоке [Циркон, 2013].

Интересным выглядят результаты, полученные в ходе опроса «Цирконом» респондентов относительно одобрения трех тезисов оценочного характера. Так, тезис «СМИ должны нести ответственность за низкокачественную информацию точно также, как производитель несет ответственность за низкокачественный товар» в 2013 году был поддержан 86% опрошенных. Тезис «Обычно я знаю, где (из какого источника) я могу найти нужную мне информацию» и тезис «СМИ должны сообщать только факты, а что эти факты означают, каждый для себя должен решать сам» в 2013 году был одобрен 76% респондентов [Циркон, 2013].

Опрос «Циркона» показал, что в 2013 году 74% респондентов заметили, что разные СМИ повторяют одну и ту же информацию, но в то же время 70% респондентов были убеждены, что информационные сообщения из разных источников часто противоречат друг другу. При этом 52% опрошенных (2013 год) указали, что часто сравнивают информацию из разных источников, чтобы ее проверить. Более того, 41% респондентов ответили, что при оценке информации они стараются узнать, чьи интересы представляет данное медийное агентство. Однако более трети опрошенных (38%) признаются, что привыкли верить медийным сообщениям. В итоге 2013 году только у 19% опрошенных был выявлен низкий оценочный навык работы с информацией, тогда как у 38% он находился на среднем, а у 43% - на высоком уровне [Циркон, 2013].

Комплексный индекс медиаграмотности рассчитывался «Цирконом» на основе объединения трех индексов: 1) индекса активности использования медиаустройств (частный индекс А), 2) индекса самооценки владения навыками работы с информацией (частный индекс В), 3) индекса собственной медиаактивности (частный индекс С). В рамках социологического опроса «Цирконом» принят следующий вариант расчета доли/уровня медиаграмотности / медиакомпетентности респондентов: медиаграмотным считается респондент, одновременно имеющий высокий уровень активности использования медиаустройств (А), высокий уровень самооценки владения навыками работы с информацией (В) и средний или высокий уровень собственной медиаактивности (С). В массиве данных мониторинга (2013) таких респондентов, то есть с высоким (по мнению исследовательской группы «Циркон») оказалось только 14,5% [Циркон, 2013].

Однако, на наш взгляд, в технологии расчета «Цирконом» комплексного уровня медиаграмотности населения была заложена методологическая ошибка, так как при подведении итогов социологического опроса не были выбраны приоритетные, ключевые показатели медиаграмотности/медиакомпетентности. Как мы уже отмечали выше, высокий уровень активности использования медиаустройств (А) в большинстве случаев никак не свидетельствует о столь же высоком уровне аналитического оценивания информации, медиатекста, широкого спектра взаимоотношений человека и медиасферы. Весьма сомнительной выглядит и прямая привязка к высокому уровню медиаграмотности высокого уровня самооценки владения навыками работы с информацией (В). Высокий уровень собственной медиаактивности человека, конечно же, имеет отношение к высокому уровню его медиаграмотности в большей степени, чем уровень медийного потребления, но и он, думается, не может считаться максимально приоритетным в иерархии показателей медиаграмотности / медиакомпетентности.

В целом, конечно, можно согласиться, что «четыре компонента - доступ, анализ, оценка и создание медиатекстов, в совокупности составляют подход к основе навыков медиаграмотности, где каждый компонент поддерживает другие в рамках нелинейного, динамического процесса обучения: обучение созданию медиатекстов помогает анализу профессиональных медиатекстов и сообщений, созданных другими людьми; навыки анализа и оценки открывают двери для новых видов использования Интернета, расширение доступа и т.д.» [Livingstone, 2004, p.5]. Однако, на наш взгляд, иерархическая последовательность (а, следовательно, и процентный индексный вес) показателей при подведении итогов любого социологического исследования, претендующего на измерение уровней медиаграмотности населения, должна быть следующей:

- 1) уровень аналитического оценивания респондентом информации, медиатекста, широкого спектра взаимоотношений человека и медиасферы;
- 2) уровень собственной медиаактивности респондента;
- 3) уровень активности использования респондентом медийных устройств;
- 4) уровень самооценки респондентом владения навыками работы с информацией (мы полагаем даже, что во избежание эффекта завышенной самооценки без этого показателя вполне можно обойтись).

Таким образом, если бы, уровень аналитического оценивания респондентом информации, медиатекста, широкого спектра взаимоотношений человека и медиасферы в опросе «Циркона» был бы

ключевым, «комплексный индекс медиаграмотности» населения был бы иным - и в гораздо большей степени зависел бы от того факта, что в 2013 году опрос «Циркона» у 38% респондентов выявил средний «оценочный навык работы с информацией», а у 43% - высокий.

Разумеется, здесь следует оговориться, что уровень аналитического оценивания респондентом информации «Цирконом» выявлялся лишь косвенно. Прямым выявлением данного показателя медиаграмотности / медиакомпетентности могло быть только выполнение респондентами конкретных аналитических заданий, касающихся, медиасферы (с последующей проверкой результатов выполнения этих заданий экспертами) и работа с респондентами в дискуссионных фокус-группах.

В поддержку нашего мнения о приоритетности уровня аналитического оценивания респондентом информации, медиатекста в социологических исследованиях уровней медиаграмотности / медиакомпетентности населения говорит и то, что в аналогичном исследовании медиаграмотности населения стран Европейского Союза, проведенном в 2011 году, на первом месте в иерархии показателей медиаграмотности были именно «сравнение, анализ информации, которая представлена различными источниками, - навыки критической оценки достоверности информации (газеты, телевидение, радио, Интернет и пр.), осознание влияния рекламы. И только потом - навыки управления конфиденциальностью и защиты себя от нежелательных интернет-сообщений; создание контента в различных медиа, в том числе - письменных текстов, видео, аудио и пр.; дискуссии в социальных сетях, комментарии сообщений в блогах, создание собственного блога, иного интернет-проекта и пр. [Testing..., 2011, p.6-7]. В верхней части пирамиды основных критериев медиаграмотности критический анализ медиаконтента был и в исследовании, проведенном в странах ЕС в 2009 году [Celot, 2009, p.8].

О важности аналитического оценивания аудиторией медийной информации пишут Дж.М. Перес Торнеро и Т. Варис. Они настаивают, что развитие аналитического мышления в медиаобразовательном процессе можно рассматривать как «способ использования информации для анализа и оценки, создания концепции, новых идей, аргументов и гипотез. Критическое мышление заставляет развивать инструменты для понимания окружающей среды и закономерностей действия. Принимая во внимание, что большая часть информационного процесса осуществляется с помощью информационных, коммуникационных, медиатехнологий, развитие медиаграмотности должно быть направлено на стимулирование критического мышления [Pérez Tornero, Varis, 2010, p. 79].

Более убедительно, чем у «Циркона», выстроена иерархия показателей (по степени важности, значимости) во всероссийском социологическом исследовании под руководством Г.У. Солдатовой, посвященном выявлению степени цифровой компетентности подростков и родителей [Солдатова и др., 2013]. Отметим, что авторы исследования под «цифровой компетентностью» понимают «основанную на непрерывном овладении компетенциями (системой соответствующих знаний, умений, мотивации и ответственности) способность индивида уверенно, эффективно, критично и безопасно выбирать и применять инфокоммуникационные технологии в разных сферах жизнедеятельности (работа с контентом, коммуникации, потребление, техносфера), а также его готовность к такой деятельности» [Солдатова, 2013, с.4].

В исследовании 2013 года использовалась многоступенчатая стратифицированная выборка: 1203 подростка 12–17 лет и 1209 родителей детей этого возраста, проживавших в 58 городах из 45 регионов всех 8 федеральных округов России с населением от 100 тысяч человек и более [Солдатова, 2013, с.4]. Организуя опрос, авторы выделили «четыре сферы жизнедеятельности человека, в которых в полной мере проявляются огромные возможности и новые риски интернет-пространства. Это *информационная* (контентная) *среда* (создание, поиск, отбор, критическая оценка контента), *сфера коммуникации* (создание, развитие, поддержание отношений, идентичность, репутация, самопрезентация), *сфера потребления* (использование интернета в потребительских целях — заказы, услуги, покупки и др.) и *техносфера* (владение компьютером и программным обеспечением и, в первую очередь, техническая безопасность)» [Солдатова, 2013, с.16], справедливо поставив на первое место именно сферу, связанную с аналитической и оценочной деятельностью человека по отношению к (медиа) информационной среде.

Как и следовало ожидать, социологическое исследование под руководством Г.У. Солдатовой показало, что российские подростки обгоняют родителей по частоте использования интернета: ежедневно пользуются интернетом 89 % подростков и 53 % родителей подростков (причем 17 % всех опрошенных родителей не пользуются интернетом вообще). При этом среди подростков выделено пять типов пользователей: «ориентированные на обучение» (29 %), «коммуникаторы» (25 %), «сетевые читатели» (22 %), «игроки» (17 %), «универсалы» (7 %) [Солдатова, 2013, с. 5-7].

Как известно, «Информатика» во всех российских школах – предмет обязательный, и именно он, по нашему мнению, и должен в первую очередь повышать «цифровую грамотность» учащихся. Да и значительная часть опрошенных в исследовании под руководством Г.У. Солдатовой родителей

считает, что в школе детей должны информировать об интернет-угрозах (42 %), обучать безопасному использованию интернета (38 %), а также учить эффективно пользоваться современными инфокоммуникационными технологиями (39 %). Более того, каждый пятый родитель хотел бы, чтобы его также информировали в школе об интернет-угрозах и правилах безопасного использования интернета [Солдатова, 2013, с.11].

Однако социологический опрос под руководством Г.У. Солдатовой показал, что «помощь школьных учителей подростки оценивают невысоко: лишь 40 % школьников полностью или частично удовлетворены знаниями об использовании интернета, которые они получили в школе. В то же время 44 % подростков считают, что школа не дает им никаких полезных знаний в этой области или вообще неспособна их дать. Каждый десятый подросток сказал, что знает об интернете больше учителей. И только каждый десятый подросток получил в школе информацию о безопасном использовании интернета» [Солдатова, 2013, с.10]. Следовательно, на основании анализа результатов исследования под руководством Г.У. Солдатовой можно сделать вывод, что уроки информатики выполняют в школе свои основные функции очень слабо и неэффективно.

В целом же исследование под руководством Г.У. Солдатовой показало, что «в среднем уровень цифровой компетентности как родителей подростков, так и самих подростков составляет в России примерно треть от максимально возможного (31 % у родителей и 34 % у подростков). Пунктов, по которым и дети, и родители отвечали, что они чего-то не знают, не умеют, чему-то не хотят учиться или чего-то не учитывают в интернете, в два раза больше, чем тех пунктов, по которым они проявили компетентность» [Солдатова, 2013, с.6].

Однако если сравнивать это с данными мониторинга медиаграмотности населения России, проведенного «Цирконом» в том же 2013 году, то там респондентов с высоким уровнем медиаграмотности оказалось вдвое меньше - 14,5% [Циркон, 2013], что можно, вероятно, объяснить тем, что, во-первых, критерии оценки медиаграмотности и цифровой компетентности были у исследователей этих научных групп разными, а среди респондентов в исследовании под руководством Г.У. Солдатовой значительную долю составили подростки (которые, как уже отмечалось, во многих случаях превосходят взрослых по умениям пользоваться медийной, цифровой техникой).

Выводы. В итоге мы приходим к основному выводу: выявление уровня медиаграмотности / медиакомпетентности различных групп населения – задача важная, однако требующая существенного изменения акцентов: на первом месте по значимости должны быть показатели умений аудитории

анализировать и оценивать медиасферу и ее роль в социуме (включая анализ медиатекстов) и только потом такие умения как создание и распространение собственной медийной продукции и умения (часто или редко) пользоваться медийной аппаратурой. Иначе подведение итогов социологических опросов на тему медиакомпетентности могут привести к привычному изъяну – доминанте пользовательских навыков.

Литература

- Вартанова Е.Л., Матвеева Л.В., Собкин В.С., Солдатова Г.У., Шариков А.В. и др. Стратегия, цели, задачи и методы информационного образования детей и подростков // Концепция информационной безопасности детей. М.: Роскомнадзор, 2013. 108 с.
- Леонтьев Д.А. Я — последняя инстанция в личности // *Психология личности в трудах отечественных психологов*. СПб.: Питер, 2002.
- Рубинштейн С.Л. *Человек и мир: Проблемы общей психологии*. М., 1973
- Солдатова Г.У. и др. *Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования*. М.: Фонд развития Интернет, 2013. 144 с.
- Циркон, исследовательская группа. *Текущее состояние и перспективы медиаграмотности населения РФ на основе национального мониторинга медиаповедения (2009-2013)*. М.: Циркон, 2013. <http://www.zircon.ru/publications/sotsiologiya-smi-i-massovykh-kommunikatsiy/>
- Bazalgette, C. (2010) *Media Education in the UK*. London, 2010.
- Buckingham, D. (2009). The future of media literacy in the digital age: some challenges for policy and practice // Verniers, P. (ed.) (2009). *Media literacy in Europe: controversies, challenges and perspectives*. Bruxelles: EuroMeduc, p.13-24.
- Celot, P. at all (eds.) (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Brussels: EAVI, 139 p.
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, N 7, pp. 3–14.
- Pérez Tornero, J.M. and Varis, T. (2010). *Media Literacy and new Humanism*. Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 136 p.
- Potter, W.J. (2014). *Media Literacy*. L.A.: Sage, 2014, 452 p.
- Potter, W. J. (2012). *Media effects*. Thousand Oaks, CA: Sage. 377 p.
- Testing and Refining. Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe*. Bruxelles: European Commission, 2011, 236 p.
- Tyner, K (2009). Audiences, Intertextuality, and New Media Literacy. *IJLM*. Vol. 1, N 2, pp. 25-31.

References

- Buckingham, D. (2009). The future of media literacy in the digital age: some challenges for policy and practice // Verniers, P. (ed.) (2009). *Media literacy in Europe: controversies, challenges and perspectives*. Bruxelles: EuroMeduc, p.13-24.
- Celot, P. at all (eds.) (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Brussels: EAVI, 139 p.

- Leontiev, D.A. (2002). I - the ultimate authority in the person // *Personality psychology in the works of local psychologists*. St-Petersburg: Peter.
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, N 7, pp. 3–14.
- Pérez Tornero, J.M. and Varis, T. (2010). *Media Literacy and new Humanism*. Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 136 p.
- Potter, W. J. (2012). *Media effects*. Thousand Oaks, CA: Sage. 377 p.
- Potter, W.J. (2014). *Media Literacy*. L.A.: Sage, 2014, 452 p.
- Rubinstein, S.L. (1973). *Man and World: Problems of General Psychology*. Moscow.
- Soldatova, G.U. at all. (2013). *Digital competence of adolescents and parents. The results of nationwide research*. Moscow: Foundation for Internet Development, 2013. 144 p.
- Testing and Refining. Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe*. Bruxelles: European Commission, 2011, 236 p.
- Tyner, K (2009). Audiences, Intertextuality, and New Media Literacy. *IJLM*. Vol. 1, N 2, pp. 25-31.
- Vartanova, EL, Matveeva, L.V., Sobkin, V.S., Soldatova, G.U., Sharikov, A.V. at all. (2013). Strategy, goals, objectives and methods of information education of children and adolescents // *Information Security Concept children*. Moscow: Roscomnadzor, 2013. 108 p.
- Zircon, A research group. (2013). *Current status and prospects of literacy of the population of the Russian Federation on the basis of national monitoring of media conduct (2009-2013)*. Moscow: Zircon. <http://www.zircon.ru/publications/sotsiologiya-smi-i-massovykh-kommunikatsiy/>



Практика медиаобразования

Блоговая медиакритика: медиаобразовательная функция

*А.В. Федоров,
доктор педагогических наук, профессор,
Таганрогский институт имени А.П.Чехова,
mediashkola@rambler.ru*

*А.А. Левицкая,
кандидат педагогических наук, доцент,
Таганрогский институт экономики и управления*

** статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 14-18-00014 «Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов», выполняемый в Таганрогском государственном институте управления и экономики.*

Аннотация. Авторы статьи полагают, что можно выделить следующие причины популярности или, наоборот, непопулярности блогерской медиакритики:

- **адресность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров могут быть предназначены как для самой широкой аудитории (и тогда они могут быть очень популярными), либо на узкий круг, связанный с теми или иными тематическими увлечениями; тексты медиакритиков-профессионалов - помимо направленности на широкую аудиторию - могут быть корпоративными;
- **длительность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров, как правило, короткие, а медиатексты медиакритиков-профессионалов, напротив, часто требуют длительного чтения/слушания, что, разумеется, не способствует привлечению внимания нетерпеливой части аудитории (особенно – молодежной);
- **интерактивность, мультимедийность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров по большей части интерактивны: короткие тексты сопровождаются фотографиями, видеофрагментами, ссылками на другие сайты и порталы и пр. (что, конечно же, привлекает внимание аудитории); медиатексты медиакритиков-профессионалов, даже в сети, напротив, как две капли воды похожи на газетно-журнальные (даже фото там – редкость);

- **язык:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров написаны простым, понятным широкой публике языком, нередко – без глубокого анализа и логической последовательности, тогда как тексты медиакритиков-профессионалов – четко структурированные, логичные – часто предназначены в значительной мере медиакомпетентной аудитории, имеющей представление о социокультурном контексте и проблематике, языке медиа, специализированной медийной терминологии, функциях медийных агентств, манипуляционных воздействиях, творчестве тех или иных мастеров медийного цеха и пр.;

- **эмоциональность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров в основном несут ясную информационно-эмоциональную нагрузку с резкими и однозначными оценками-советами, тогда как тексты медиакритиков-профессионалов в большей степени концентрируются на сдержанной по эмоциям, взвешенной, доказательной, но нередко амбивалентной и наполненной (скрытой) иронией базе оценок этических, эстетических и иных категорий (не говоря уже о том, что медиакритики старшего поколения часто действуют в русле просветительства и воспитания «хорошего вкуса»);

- **развлекательность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров часто эксплуатируют развлекательную функцию, а тексты медиакритиков-профессионалов порой слишком серьезны, пафосны;

- **степень конформизма:** неконформистские медиатексты популярных медиакритиков-блогеров часто выступают против любых авторитетов, обрушиваются с критикой на (медийные) персоны любого ранга и должности, в то время как тексты медиакритиков-профессионалов часто избегают «перехода на личности», используют «фигуры умолчания», не нарушают принятые в обществе табу.

Ключевые слова: блог, блогер, медиакритика, медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность, аналитическое мышление, гуманизм, этика.

Blogging media criticism, media educational function

*Prof. Dr. Alexander Fedorov,
Anton Chekhov Taganrog Institute,
mediashkola@rambler.ru*

*Dr. Anastasia Levitskaya,
Taganrog Institute of Economic and Management,*

Abstract. The authors believe that one can identify the following reasons for the popularity or, conversely, the unpopularity of blog media criticism:

- audience address: media texts of popular critics' community-bloggers may be intended for the widest audience (and then they can be very popular), or on a narrow range associated with certain thematic hobbies; texts of critics' community professionals - in addition to focus on a broad audience - can be corporate;

- duration: media texts of popular critics' community bloggers usually short, and media texts of critics' community professionals, in contrast, often require long reading / hearing that, of course, is not conducive to attracting the attention of the audience impatient (especially - the youth);

- interactivity, multimedia, media texts of popular critics' community bloggers mostly interactive: short texts are accompanied by photographs, video clips, links to other web sites and portals, and so on (which, of course, attracts the attention of the audience); media texts of critics'

community professionals, even in a network, on the contrary, like two peas similar to newspaper and magazine (even the photo there - a rarity);

- language: media texts of popular critics 'community bloggers written in clear, simple language the general public, often - without a thorough analysis and logical sequence, whereas the texts of critics' community professionals - clearly structured, logical - are often largely media competence audience, having an idea of the sociocultural context and issues, the language of the media, specialized media terminology, functions, media agencies, manipulative effects, works of various masters of the media department, etc .;

- emotional: media texts popular critics 'community bloggers mainly carry clear information emotionally load with sharp and unambiguous assessment of the council, while the texts of critics' community professionals focuses more heavily on low-key on the emotions, balanced, evidence-based, but often ambivalent and full of (hidden) estimates irony basis of ethical, aesthetic, and other categories (not to mention the fact that the media criticism of the older generation often act in line with enlightenment and education of "good taste");

- entertainment: media texts of popular critics' community bloggers often exploit entertainment features, and text of professional critics' community sometimes too serious, pretentious;

- the degree of conformism: nonconformist media texts of popular critics 'community bloggers often oppose any authority, bombarded with criticism (media) any person of rank and position, while the texts of professional critics' community often avoid "go to person", use "figure of silence" not violate socially accepted taboos.

Keywords: media criticism, media education, media literacy, media competence, analytical thinking, humanism, ethics.

Трудно не согласиться с тем, что «новая гипертехнологичная окружающая среда, углубление коммуникативной глобализации, не только изменили наше восприятие и использование времени и пространства, они также изменили суть нашей повседневной жизни и нашей культуры, породили множественные цепные реакции, создали огромные конгломераты людей, подключенных к мобильным сетям, которые стали еще более изоциренными и активными. Возможно, мы ещё не готовы полностью объяснить эти изменения, но мы должны исследовать их, потому что это отражается на всём нашем существовании: беспрецедентные мутации не только решительно влияют на нашу окружающую среду, но и на нашу психику и наш характер» [Perez Tornero, Varis, 2010, p.13].

В самом деле, медийная интерактивность, вовлекающего пользователя в творческий процесс, все чаще превращая его не только в транслятора, но и в создателя медиатекстов, поистине стала прорывом «к личной свободе в массово-информационной сфере, резко снижая степень зависимости индивида от диктата производителя и распространителя сообщений, расширяя границы выбора, повышая статус личности и меру самоуважения и т.п.» [Корконосенко, 2013, с.38].

С.В. Ушакова классифицировала формы участия медиа в деятельности по формированию медиакомпетентности граждан, объединив их в две группы – косвенного и прямого участия.

Среди форм косвенного участия выделены:

- самообучение аудитории в процессе потребления медиатекстов, сопровождаемом расширением коммуникативного опыта;
- повышение медиакомпетентности аудитории вследствие их сотрудничества с медийными редакциями в качестве внештатных корреспондентов, источников журналистской информации, участников теле/радиопрограмм;
- выпуск периодических изданий и теле/радиопрограмм в школах юных журналистов и других культурно-образовательных учреждениях;
- блоггерство – участие интернет-пользователей в создании индивидуальных блогов – информационных сетевых ресурсов;
- «самиздат» – участие в выпуске альтернативных (неформальных) периодических изданий;
- публичное внередакционное общение журналистов и других творческих работников медийной сферы с представителями аудитории (в форме творческих вечеров, встреч журналистов с читателями, телезрителями и т.п.).

Среди форм прямого участия выделены:

- медиаобразовательные публикации и программы в средствах массовой коммуникации;
- публикация произведений медиажурналистики/медиакритики, содержащих анализ, интерпретацию и оценку содержания средств массовой коммуникации и проблем их социального функционирования;
- выпуск периодических изданий_телегидов и киногоидов, ориентирующих массовую аудиторию и формирующих у неё базовые навыки восприятия и оценки аудиовизуальных медиатекстов (в итоге прочтения публикаций, посвященных разбору телепрограмм и кинофильмов);
- публикация произведений и образовательных программ, генерированных общественными медиамониторинговыми организациями и медиаактивистами – представителями гражданского общества;
- разделы и рубрики в средствах массовой информации, предназначенные для поддержания связей редакций с аудиторией, где даются пояснения о внутриредакционной журналистской «кухне», деятельности журналистов по сбору, оценке, верификации и проверке информации;
- колонки омбудсменов («читательских редакторов», «защитников читателей»), где подвергаются разбору спорные случаи журналистской практики [Ушакова, 2006].

При этом, если говорить о профессиональной медиакритике, то своеобразие нынешней ситуации связано и с тем, что ряд медиакритиков, активно работающих у прессе, успешно развивают свою деятельность и в электронных медиа (телевидение, интернет), а телекритика «стала обретать некие синтетические формы, ибо соединяла в себе политическую аналитику и

разбор внутрикорпоративных проблем, кремлевскую ангажированность и авторское, читай независимое, начало, теоретизирование вокруг формы и метода и поверхностную, с «желтоватым» оттенком нахвтанность» [Гуреев, 2004].

Казалось бы, такие активные медиакритики как Д.Л. Быков, чуть ли не 24 часа в сутки работающие в прессе, на телевидении и в сети, должны были полностью захватить внимание аудитории. Однако этого не произошло – в сети благополучно существуют сайты медиакритиков-блогеров, порой привлекающие большое внимание аудитории.

В чем причина полярности блогерской медиакритики?

Мы полагаем, что можно выделить следующие причины популярности или, наоборот, непопулярности блогерской медиакритики:

- 1) **адресность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров могут быть предназначены как для самой широкой аудитории (и тогда они могут быть очень популярными), либо на узкий круг, связанный с теми или иными тематическими увлечениями; тексты медиакритиков-профессионалов - помимо направленности на широкую аудиторию - могут быть корпоративными, то есть «оказывать влияние на сравнительно небольшие, но стратегически важные аудиторные группы (журналистов и руководителей медийных организаций, преподавателей и студентов факультетов и отделений журналистики, журналистов-практиков, исследователей из разных областей гуманитарных и общественных наук, активистов общественных организаций), вооружая их новыми идеями и подходами, новым видением привычных проблем функционирования СМИ» [Короченский, 2003, с.33].
- 2) **длительность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров, как правило, короткие, а медиатексты медиакритиков-профессионалов, напротив, часто требуют длительного чтения/слушания, что, разумеется, не способствует привлечению внимания нетерпеливой части аудитории (особенно – молодежной);
- 3) **интерактивность, мультимедийность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров по большей части интерактивны: короткие тексты сопровождаются фотографиями, видеофрагментами, ссылками на другие сайты и порталы и пр. (что, конечно же, привлекает внимание аудитории); медиатексты медиакритиков-профессионалов, даже в сети, напротив, как две капли воды похожи на газетно-журнальные (даже фото там – редкость);
- 4) **язык:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров написаны простым, понятным широкой публике языком, нередко – без глубокого анализа и логической последовательности, тогда как тексты

медиакритиков-профессионалов – четко структурированные, логичные – часто предназначены в значительной мере медиакомпетентной аудитории, имеющей представление о социокультурном контексте и проблематике, языке медиа, специализированной медийной терминологии, функциях медийных агентств, манипуляционных воздействиях, творчестве тех или иных мастеров медийного цеха и пр.;

- 5) **эмоциональность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров в основном несут ясную информационно-эмоциональную нагрузку с резкими и однозначными оценками-советами, тогда как тексты медиакритиков-профессионалов в большей степени концентрируются на сдержанной по эмоциям, взвешенной, доказательной, но нередко амбивалентной и наполненной (скрытой) иронией базе оценок этических, эстетических и иных категорий (не говоря уже о том, что медиакритики старшего поколения часто действуют в русле просветительства и воспитания «хорошего вкуса»);
- 6) **развлекательность:** медиатексты популярных медиакритиков-блогеров часто эксплуатируют развлекательную функцию, а тексты медиакритиков-профессионалов порой слишком серьезны, пафосны;
- 7) **степень конформизма:** нонконформистские медиатексты популярных медиакритиков-блогеров часто выступают против любых авторитетов, обрушиваются с критикой на (медийные) персоны любого ранга и должности, в то время как тексты медиакритиков-профессионалов часто избегают «перехода на личности», используют «фигуры умолчания», не нарушают принятые в обществе табу;

При этом как блогеры, так и профессиональные журналисты, сплошь и рядом нарушают этические нормы [Муратов, 2001], ничуть не стыдясь никаких своих резких (включая матерную лексику), политических, пропагандистских высказываний.

Для практики медиаобразования всё это значит, что «помимо теории массовой коммуникации, в содержании подготовки медиапедагогов должны появиться теоретические блоки, рассматривающие немассовые формы медиатизированной коммуникации - от аутомедиакоммуникации и межличностной медиакоммуникации до личностно-групповой и межгрупповой форм медиакоммуникации. Эта теоретическая посылка должна стать отправной точкой для разработки новой концепции медиаобразования как в школе, так и в вузе. [Шариков, 2012]. Медиатексты блогеров должны стать таким же материалом для современного педагога, как традиционные медиатексты, созданные профессионалами прессы, телевидения и радио.

Литература

- Perez Tornero, J. M., Varis, T. (2010). Media Literacy and New Humanism. Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 2010, 136 p.
- Гуреев М. Существует ли современная телевизионная критика? // Культура. 2004. № 44.
- Корконосенко С.Г. Журналистское образование: потребность в педагогической концептуализации // International journal of experimental education. 2013. №1. С.38-41.
- Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореф. дис. ... д-ра фил. наук. СПб., 2003.
- Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости. М.: Логос, 2001. 240 с.
- Ушакова С.В. Роль журналистики в развитии медиакультуры аудитории // Журналистика и медиаобразование в XXI веке. Белгород: БелГУ. 2006.
- Шариков А.В. О необходимости реконцептуализации медиаобразования // Медиаобразование. 2013. № 4.

References

- Gureev, M. Does modern television criticism? // Culture. 2004. № 44.
- Korkonosenko, S.G. Journalism education: the need for pedagogical conceptualization // International journal of experimental education. 2013. №1, pp. 38-41.
- Korochensky, A.P. Media criticism in the theory and practice of journalism. Ph.D. dis. St.Petersburg, 2003.
- Muratov, S.A. TV - the evolution of intolerance. Moscow: Logos, 2001. 240 p.
- Sharikov, A.V. On the need for reconceptualization of media education // Media Education. 2013. № 4.
- Ushakova, S.V. The role of journalism in the development of media culture audience // Journalism and Media Education in the XXI century. Belgorod: Belgorod State University, 2006.



А. Практика медиаобразования

Роль СМИ в учебно-воспитательном процессе в России

М. Шаш,
доктор педагогических наук, профессор,
педагогический факультет, Университет Алеппо, Сирия,

Е.А. Бондаренко,
кандидат педагогических наук, доцент
зав. лабораторией медиаобразования ИСМО,
Российская академия образования

Аннотация: В статье приведены данные текущего состояния системы СМИ в России и изменений в отношении к медиа, произошедших в первом десятилетии XXI века, с точки зрения участников учебного процесса – родителей, преподавателей, учащихся.

Ключевые слова: обучение, воспитание, медиа, отношение к СМИ, медиаобразование.

The role of the media in the educational process in Russia

Prof. Dr. Muhammad, Shash,
faculty of education, University of Aleppo, Syria,

Dr. Elena Bondarenko, associate Professor,
Head of Laboratory of media education,
Russian Academy of Education (Moscow)

Abstract: the paper describes the current state of media systems in Russia and changes in relation to the media that occurred in the first decade of the twenty-first century, from the point of view of the participants of the educational process - parents, teachers, students.

Keywords: training, education, mass media, relation to media, media education.

Введение. В период стремительного изменения систем ценностей в условиях информационной революции далеко не до конца осознана социокультурная роль СМИ в процессе образования и перспективах его развития в современном обществе. Сложившиеся стереотипы организации

обучения и воспитания в семье и школе, направленность и содержание контента современных медиа не позволяют в полной мере оценить и прогнозировать их возможности в решении актуальных задач приобщения подрастающего поколения к требованиям современного общества, к современной культуре.

Проблемы взаимодействия образования и СМИ сегодня - поле междисциплинарных исследований, осуществляемых философами, психологами, педагогами, журналистами, социологами. Не вскрыты еще механизмы воздействия современных СМИ на процессы формирования информационной культуры аудитории, на социализацию учащейся молодежи, на выработку навыков обоснованного выбора тех знаний, которые способствуют социальной адаптации молодого поколения к постоянно изменяющимся условиям бытия в современном мире.

В рамках данного исследования сделана попытка проанализировать изменение отношения к СМИ участников процесса образования (родителей, преподавателей, самих учащихся) и рассмотреть их оценку роли медийной информации в учебно-воспитательном процессе.

Отсутствие комплексных, целостных, обоснованных исследований в области социологии современных СМИ диктует разобщенность попыток анализа ситуации «параллельной школы», феномена, к которому периодически возвращается внимание как ученых-исследователей, так и практиков образования. Противоречие между наличием огромного количества медийных сообщений, которые содержат ценную для обучения и воспитания информацию, и отсутствием педагогического арсенала методов и приемов работы с данной информацией определяет актуальность исследования.

Терминология

Внешкольная информация – весь объем информации, которая не задействована в процессе обучения.

Средства массовой коммуникации (СМК) - средства донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) по принципу широкоэмитерного канала, охватывающие большую аудиторию.

СМИ – периодические СМК. В России законодательные признаки СМИ: периодичность; массовость; принудительность. СМИ выступают как источник повседневной новостной и аналитической информации и один из главных рекламодателей. Различают печатные СМИ – газеты и журналы, а также электронные СМИ – Интернет-СМИ, радио и телевидение.

Интернет-СМИ. Интернет можно рассматривать как отдельную медийную среду, аналогичную телевидению, радио и прессе. В интернете существуют свои средства массовой информации, общие и отраслевые.

«*Параллельная школа*» – воздействие информации СМИ на учащихся, в результате которого происходит формирование искаженной картины мира.

Медиатекст – любой текст, изложенный на языке медиа и несущий на себе специфику коммуникативного канала. При этом текст мы трактуем как «связанную, компактную, воспроизводимую последовательность знаков или образов, развернутую по стреле времени, выражающую некоторое содержание и обладающую смыслом, в принципе доступном пониманию» [Брудный, 2005, с.41].

Информационная культура – с нашей точки зрения, это и традиционная культура личности, и умение применить ее ценности в новой информационной среде, и технологический компонент – умение самому создавать продукты новой информационной среды.

Медиаобразование: 1. Педагогическая наука, изучающая влияние СМИ на детей и подростков и разрабатывающая теоретические вопросы подготовки учащихся к встрече с миром медиа. 2. Практическая совместная деятельность учителя и учащихся по подготовке детей и подростков к использованию СМИ и к пониманию роли медиа в культуре и восприятии мира. 3. Образовательная область, содержанием которой являются знания о роли СМИ в культуре и восприятии мира и умения эффективной работы с медийной информацией [Журин, 2009, с. 23].

Актуальность данного исследования обусловлена развитием сложившейся в конце советского периода системы СМИ и динамикой взаимодействия традиционных каналов массовой коммуникации (массовая печать, телевидение, радио) и новых (в первую очередь электронных) форм создания и распространения массовой информации. Отсутствие комплексных, целостных, обоснованных исследований в области социологии современных СМИ диктует разобщенность попыток анализа ситуации «параллельной школы», феномена, к которому периодически возвращается внимание как ученых-исследователей, так и практиков образования.

Противоречие между наличием огромного количества медийных сообщений, которые содержат ценную для обучения и воспитания информацию, и отсутствием педагогического арсенала методов и приемов работы с данной информацией определяет актуальность исследования.

Особую актуальность для теоретических разработок в настоящее время представляет изучение двойной роли СМИ в образовании – как элемента системы образования (источников информации) и как специфических видов массовой коммуникации, анализ социальных функций современной системы СМИ, ее структуры и видовых особенностей, как одной из активных форм развития информационной культуры как старшего поколения, так и учащейся молодежи. Всесторонне не исследуется влияние

различных медиа, используемых в учебное и внеучебное время, на расширение культурного кругозора учащихся школ, студентов, на организацию эффективного самообразования и самовоспитания, на приобретение навыков отбора той информации, которая способствует более глубокому познанию окружающего мира, тех требований, которые он предъявляет к подрастающему поколению.

Цель данного исследования – анализ текущего состояния системы СМИ в России и изменений в отношении к медиа, произошедших в первом десятилетии XXI века, с точки зрения участников учебного процесса – родителей, преподавателей, учащихся.

Исследование было проведено с целью ответить на следующие конкретные вопросы: какие СМИ используются учащимися образовательных учреждений в Сирии и России? Какие навыки использования СМИ имеются у педагогов и учащихся в этих двух странах к настоящему времени? Какова область интеграции между средствами массовой информации и содержанием учебных программ, а также содержанием других сфер общественной жизни? Что представляют собой стимулы использования информации СМИ в практической жизни для учащихся и педагогов? Каковы препятствия, которые мешают использованию этих средств воспитания и обучения в Сирии и России?

Задачи исследования: собрать данные потребностно-мотивационных и ценностно-нормативных характеристик отношения к СМИ современных участников учебно-воспитательного процесса; выявить проблемы, связанные с использованием средств массовой информации в современном учебно-воспитательном процессе.

Границы исследования. Первый этап исследования был проведен в Сирии. Впоследствии для опроса в России были использованы те же анкеты и опросники с целью сделать результаты исследования пригодными для сопоставления.

Анкеты (общее число 500) были распространены в Сирийской Арабской Республике (провинции и города) следующим образом: южная область (100), Северный регион (100), прибрежный район (100), Восточный регион (100), Центральный регион; была сделана рассылка анкет для директоров школ и учителей в районах, удаленных от двух университетов.

В России также было распространено 500 анкет, участниками исследования стали педагоги московских вузов, студенты педагогических факультетов, директора и преподаватели школ Москвы, Московской, Рязанской и Самарской областей. Были получены ответы на 430 анкет из 500, в том числе: в институтах г. Москвы (преподаватели – 120 чел., студенты педагогических вузов – 25 чел.); в школах г. Москвы и Московской области

(родители – 110 чел., учащиеся – 110 чел.), в педагогических вузах Самарской области (65 чел.).

Аналогичный совместный опрос для родителей, учителей и учеников был проведен ранее в Болгарии (г. Плевен, 2010).

Исследование показано, что пресса, радио и телевидение - наиболее важные источники информации для детей и подростков школьного возраста, которые зачастую превосходят по влиянию традиционные источники информации, например, родителей и учителей.

В ответ на вопрос об источниках информации, из которых они получают знания о наиболее важных политических событиях и последних новостях в области науки, техники и искусства, студенты ответили, что они получают 93,7% этой информации через телевидение, 89,4% от радио, а 84,4% – из публикаций. Среди других источников информации, упомянутых студентами, были: школа – 10%, друзья – 5%, и родители – 2,5%. Эти факты подтверждают важность средств массовой информации, и огромную ответственность, которая оказывается возложенной на журналистов в области образования и воспитания нового поколения.

Теоретическое обоснование

В современном обществе мы наблюдаем постоянный рост влияния информационной среды на развитие личности. В десятки раз увеличивается количество внешкольной информации. Возникает эффект «параллельной школы» - дети получают знания о жизни не из учебников, а из СМИ.

Под *внешкольной информацией* мы понимаем весь объем информации, которая не задействована в процессе обучения. Здесь есть некоторое несовпадение с рамками *внеучебной информации*, - данный термин предполагает информацию образовательного характера, которая находится за рамками конкретной учебной программы и не входит в курс рекомендуемого ученикам самообразования по данному предмету.

Отличительные признаки *внешкольной информации*: разнообразие возможных источников; формальное или смысловое, полное или частичное совпадение информации с изучаемыми в школьных предметах областями явлений или материальных объектов; отсутствие обучающей концепции.

Изобилие внешкольной информации приводит к отрыву образования от жизни, превращению его в абстрактный набор знаний и частных умений. В жизни подобный набор информации с помощью практического опыта обучаемого должен быть интегрирован и преобразован в набор личностно значимых качеств. Современные СМИ - основные источники внешкольной информации. Именно это и определяет важность изучения ситуации, диагностики реальной картины восприятия медиа участниками учебно-воспитательного процесса и поиск наиболее эффективных методов

формирования информационной культуры личности через использование материалов СМИ.

Анализируя проблемы развития информационной культуры личности, мы выделяем острое противоречие между постоянным ростом объема приобретаемых человеком знаний и неуклонным снижением (сохранением на прежнем уровне) активности по их использованию для решения актуальных проблем повседневной жизни. Не потребностью в саморазвитии, а любопытством часто определяется интерес личности к получению новых сведений. Важнейшим фактором развития информационной культуры личности в наше время становится освоение норм и правил отбора данных из потока информации, который обрушивается на современного человека.

Экспериментальное исследование

Данные анкетирования

Для описания данных анкетирования избран вариант сравнения мнения двух основных аудиторий опроса – педагогов и родителей (230 чел – 100% взрослой аудитории) и учащихся (200 чел. студентов и школьников – 100%).

В России заработной платой удовлетворены всего 2,3 % ответивших на вопросы анкеты. 23% не удовлетворены, а 74% аудитории вообще не ответили на этот вопрос. Учитывая, что 46,5% участников опроса – учащиеся, которые не получают никакой зарплаты, полученные данные можно интерпретировать так. В заявленном районе опроса социальные потребности людей резко расходятся с реальным уровнем жизни.

Телевидение и Интернет явно лидируют в структуре так называемой “параллельной школы”. На предложение дать собственное определение понятию “информация” при опросе в московских школах [Бондаренко, 2011, с.19] отреагировало всего 7,2 % опрошенных школьников, 5% из них дали ответы типа “Информация - это телевидение, радио, газеты”. Интересно, что учебные предметы семь лет назад школьники не воспринимали в качестве “источников информации”. Данные опроса позволяли предположить, что сам канал массовой коммуникации часто отождествляется с его содержанием.

Подобные данные получены и в результате проведенного в 2010 г. опроса (таблица № 1). Каналы массовой коммуникации и средства массовой информации для анкетированных зачастую – одно и то же. У 100% взрослых (родителей и преподавателей) есть телевидение; у 77,4 % есть Интернет. Для учащихся соотношение несколько иное: Интернет есть у 90% юной аудитории, в то время как наличие дома телевидения отметили только 90% подростков и студентов.

Для 14% учащихся телефон (средство индивидуальной коммуникации) оказался равнозначен каналу массовой коммуникации. А для 3% учащихся мобильный телефон с доступом в Интернет – признанный канал массовой

коммуникации. Учитывая, что мобильный телефон все чаще становится спутником ученика на экзамене, на олимпиаде, да и просто во время занятий, здесь можно увидеть начало довольно грозной тенденции. Мобильный телефон и в самом деле может стать каналом массовой коммуникации, оперативность которого сыграет не одну злую шутку с материалами учебного процесса, которые всегда должны быть осмыслены, а не списаны – безразлично, из письменной или электронной шпаргалки.

Газеты регулярно читают 33,5% родителей и педагогов. Для учащихся число читающих газеты несколько больше – 60%. Журналам соответственно уделяют внимание 45,21% взрослых и 71% учащихся. Отметим, что в печатной прессе учителя и ученики чаще ищут новую информацию (новости), в то время как чтение журналов – в основном развлечение. Учителя отмечают, что материалы, публикуемые в газетах, гораздо более интересны и содержат больше проблем. Их можно чаще использовать как материалы для воспитательной работы.

Популярным у аудитории остается и радио – его слушают 62,6% взрослых и 44% подростков. В основном внимание привлекают новости и музыка. Материалы радио редко используют в учебно-воспитательном процессе.

Не обошлось и без забавных недоразумений. Один из учеников счел плеер (техническое устройство для воспроизведения аудиальной информации) полноправным видом массовой коммуникации. Однако школьнику 10 класса следовало бы знать, чем виды техники отличаются от типов коммуникации и собственно СМИ.

На вопрос, какие СМИ вы хотели бы приобрести, 2% учителей ответили – «Интернет»; 9,5% нуждаются во втором телевизоре, в то время как 2,6% пишут о необходимости приобрести для семьи третий телеприемник. Нужду в газетах и журналах ощущают 13,5 учителей и родителей.

Запросы учащихся несколько иные. Интернет нужен 9,5% опрошенных; телевидение – всего 0,5%. Газеты и журналы хотели бы приобретать 15% учащихся. А вот нужду в ноутбуке отметили 7,5% учеников и 2,6% взрослых, подтверждая все ту же тенденцию принимать техническое устройство за канал массовой коммуникации или за само средство массовой информации.

Далее ответы на вопросы подразделялись по рейтингу – от «0» (ничего) до «2» - максимальной оценки предлагаемых действий СМИ. Так, по мнению родителей и учителей, СМИ безусловно «дают информацию» в 31,3% случаев; 50,87% аудитории согласно со средней позицией между «да» и «нет», а 17,83% считают, что они не дают никакой новой информации. У

учащихся мнения выстроились в более логичный конструкт: СМИ безусловно «дают информацию» в 61,5% случаев; 19,5% аудитории согласно со средней позицией между «да» и «нет», а 19% считают, что они новой информации не несут.

Интересно, что, по мнению почти 4/5 учителей, СМИ в целом положительно влияют на отношение к учебе – 2 балла этому утверждению поставили 29,6% взрослых и 1 балл – 48,7%. Среди учащихся такого мнения придерживаются около 70%.

38,3% учителей и родителей считают, что СМИ отрицательно влияют на отношения в коллективе; у детей в этом уверены 45%. Лишь 15,7% взрослых безоговорочно уверены в том, что СМИ «повышают веру в себя»; а 48,7%, судя по всему, убеждены в обратном.

В том, что благодаря использованию СМИ, можно решить текущие проблемы, уверены 31,3% и почти уверены 36,1% учителей. У учащихся в этом не уверены только 11,5%; а 44% и 44,5% соответственно решают текущие проблемы с использованием СМИ.

По поводу отношения к различным видам СМИ: в безоговорочной пользе Интернета уверены 35,2% учителей и родителей и 43% учащихся. Срединной позиции придерживаются соответственно 50% взрослых и 36,5% учеников. 14,8% старшего поколения и 20,5% учеников равнодушны к роли Интернета в нашей жизни и не видят в ней ничего примечательного.

Массовую печать в целом считают интересным для себя явлением 83,4% учителей и родителей (1 и 2 балла по рейтингу) и 69% учащихся (также 1 и 2 балла). Неинтересна массовая печать для 16,5% взрослых и 31% детей. Это говорит о том, что у печатных СМИ много неиспользованных возможностей для работы с аудиторией. А принцип сенсации уже неактуален и требует пересмотра.

Радио интересно для 37,8% (2 балла) и 44,3% (1 балл) взрослых и 25,5% (2 балла) и 34% (1 балл) подростков и молодежи. Радио не поддерживают всего 17,8% взрослых – и 45,5% учащихся. Структура радиоСМИ явно не соответствует современным молодежным запросам.

Распределенные по тому же принципу рейтинга от 0 до 2 ответы на вопросы о том, почему данные виды СМИ «помогают в работе» требовали дополнительных комментариев для русской аудитории. Тем не менее, в рейтинге мнений лидерами оказались следующие позиции:

У взрослых – «дают новые знания» (36,52% поставили этой позиции 1 балл; 33,04% - 2 балла); «реализуют и развивают ваши способности» (37,4% - 1 балл, 32,6% - 2 балла). По мнению 49,13% (1 балл) и 41,3 (2 балла), эти СМИ «являются современными источниками информации». По позиции «улучшили результаты работы» мнения разделились: «за» - 39,57% (1 балл) и

19,56% (2 балла); «против» – 40,87%. Позиция «улучшили результаты работы» нашла поддержку у 39,57% взрослой аудитории (1 балл) и 19,6% (2 балла). Любопытно, что позиция «дали чувство гордости за себя» оказалась резко отрицательной для 47,39% взрослой аудитории, в то время как у учащихся 21% согласился с этим утверждением (2 балла), 31% его просто поддержали, а 48% также проявили полную уверенность в том, что чувство гордости за себя у них никак не связано с использованием СМИ. Тем не менее помощь СМИ в решении практических проблем отметили 23,48% взрослых (2 балла), более нейтрального мнения придерживаются 45,65%, однако довольно большой процент педагогов – 30,87% – сочли, что современные СМИ никакой помощи в решении практических проблем не оказывают.

В 1990-е годы результаты аналогичных опросов показывали, что использование СМИ в учебном процессе повышало самооценку у 85-90% учителей и 78-80% учащихся [Бондаренко, 1998]. Картина заметно изменилась. Возможно, это связано с ростом информационной активности СМИ, агрессивности по отношению к аудитории. Воспитательные возможности СМИ все чаще остаются только потенциалом, для использования которого надо преодолевать барьеры восприятия и понимания информации.

Для молодежи самыми существенными позициями по поводу СМИ оказались «дают новые знания» (52% - 2 балла, 38,5 – 1 балл), «оказали помощь в решении практических проблем» (39,5% - 2 балла, 40% - 1 балл) и «улучшили результаты работы» 23% - 2 балла, 51,5% - 1 балл).

Самыми важными факторами влияния на то, что мы не используем в работе другие СМИ, для взрослых стали: «отнимают свободное время» (45,65% - 2 балла), «не помогают в работе» (50,43% - 1 балл), «не дают нужной информации» (40,87% - 1 балл), «отрицательно влияют на личную жизнь» (43,48% - 1 балл) и «ухудшают отношения в коллективе» (40,43% - 1 балл). Для учащихся основными причинами не использовать другие СМИ стали «не приносят удовлетворения» (46% - 1 балл, 16% - 2 балла); «не получаю нужной информации» (42% - 1 балл). Отрицательное влияние на личную жизнь, ухудшение отношений в коллективе и покусение на свободное время отметили около 35% учащихся (1 балл).

Интересно, что 44.5% учеников выразили несогласие с формулировкой «отрицательно влияют на личную жизнь», т.е. не увидели никакой взаимосвязи собственного эмоционального развития и картины мира, формируемой СМИ. Возможно, здесь есть повод для дальнейших исследований, поскольку многие психологи выстраивают чересчур прямолинейные зависимости между материалами СМИ и эмоционально-

волевыми качествами, формируемыми личностью при наборе индивидуальности. Взаимодействие между формированием личности и становлением индивидуальности является основой формирования культуры личности в целом (в т. ч. и формирования информационной культуры личности).

Какие же проблемы возникают у нас при использовании СМИ?

Мы получили следующее распределение рейтинга проблем у родителей и преподавателей: воспитательные: 0 баллов – 30%; 1 балл – 40%, 2 балла – 30%.; культурные проблемы: не возникают (0 баллов) у 11,74%; возникают иногда (1 балл) – 51,71%; и возникают (2 балла) у 32,17% преподавателей. Наличие психологических проблем не отмечают 0 баллов – 16,09%; и отмечают: 1 балл – 43,91% и 2 балла – 35,65% опрошенных. Профессиональные проблемы: 0 баллов – 57,83%; 1 балл – 27,39% 2 балла – 19,57%. Социальные проблемы не возникают (0 баллов) у 45,65% преподавателей; и возникают (1 балл) у 39,13% и (2 балла) – 15,22% опрошенных. О возникновении экономических проблем не говорят (0 баллов) 23,5% и упоминают: 1 балл – 41,3%, 2 балла – 35,2% взрослой аудитории.

Лидерами в этом списке становятся культурные, психологические, воспитательные и социальные проблемы. Интересно, что все эти проблемы в принципе - частные случаи профессиональных проблем, наличие которых, согласно анкете, не признают в целом более 57% родителей и преподавателей. А ведь в первую очередь при использовании СМИ должны возникать именно профессиональные проблемы, Здесь также нужны дополнительные исследования. Возможно, педагоги для себя «расшифровывают» профессиональные проблемы, анализируя их по параметрам, которые в данном опросе выделены в отдельные позиции.

Для учащихся наименее существенными проблемами оказались психологические (51,5% - 0 баллов) и культурные (46,5% - 0 баллов); далее в порядке убывания – социальные (40%), экономические (15%) и воспитательные (7,5%). Графа с позицией «профессиональные проблемы» была представлена только в ответах на анкету у студентов Самарской обл.; однако лишь 6% будущих педагогов усмотрели в использовании СМИ возможные профессиональные проблемы (1 балл). Это показывает, что на 2-3 курсе педагогических вузов недостаточно внимания уделяется использованию новых информационных технологий в практике будущих педагогов, применению ТСО на уроках.

Напомним, что информационная и рекреативная функции в наши дни становятся ведущими функциями всей системы современных СМИ. Какие же проблемы можно решить, используя современные СМИ в учебно-

воспитательном процессе?

Процент опрошенных, согласных с тем, что использование СМИ безусловно помогает нам в решении проблем, по разным проблемам примерно одинаков. Для взрослых – родителей и педагогов – это (в порядке убывания): культурные (21,74%), психологические (25,22%), воспитательные (27,39%), социальные (25,65%), экономические (22,61%) и профессиональные (24,35%). Отметим: снова профессиональные проблемы уходят с первого плана, хотя именно они первичны.

А для учащихся решаемые через использование СМИ проблемы далеко не так важны. Именно на этот раздел анкеты учащиеся чаще всего не отвечали. Похоже, даже студенты не всегда понимают, как можно решить какие-либо проблемы через использование СМИ. Здесь также необходима работа по смежным проблемам – формирование информационной культуры; формирование медиакультуры; медиаобразование.

Оценивать влияние СМИ на результаты учебно-воспитательного процесса – задача неоднозначная. Однако мы составили «рейтинг влияния» различных СМИ на итоги образования. Для родителей и преподавателей при оценке в 2 балла первое место принадлежит телевидению, в то время как с позиции оценки в 1 балл наибольший рейтинг оказывается у Интернет – правда, с незначительным перевесом в полбалла над тем же телевидением. Далее следует массовая печать; последним в ряду влияния оказывается радио, хотя внимание к нему у аудитории все еще достаточно велико – 23,5% при 2 баллах и 33,48% при 1 балле.

Рейтинг у учащихся практически совпадает с основными позициями, отмеченными у взрослых. На первом месте – телевидение, на втором – Интернет, далее – радио и массовая печать. Интересно, что у взрослых 14% отметили отрицательное влияние телевидения на учебно-воспитательный процесс, и только 1,74% (4 человека, педагоги) отметили амбивалентность влияния телевидения – возможность и положительных, и отрицательных эффектов влияния. У учащихся 24% уверены в безусловно положительном влиянии телевидения на учебно-воспитательный процесс, 5% считают воздействие телевидения отрицательным, а 8% – амбивалентным. Выводы наводят на размышления: старшему поколению следует задуматься о том, каким же может быть влияние телевидения на образование. Воздействие на нас телевизионной информации – процесс неоднозначный; в первую очередь все зависит от нас, и это педагогам надо не только понимать, но и уметь использовать *любую* информацию в учебном процессе.

Отношение к Интернету более единодушно. 20% взрослых считают его влияние безусловно отрицательным, 27,39% и 52,61% – положительным (2 и 1 балл).. Для учащихся польза Интернета очевидна для 45%, отрицательным

его влияние считает всего 6% юной аудитории.

Телевидение пользуется огромной популярностью у аудитории. Именно телевизионные передачи сегодня становятся основой формирования общественного мнения, базовой картины мира.

Это заметно и по итогам проведенного опроса. Наиболее популярными телеканалами у российской аудитории стали: *общероссийские*: Первый, Россия, Культура; *региональные*: Домашний, СТС, ТНТ, Рен ТВ, Муз ТВ; *иностранные*: ВВС, МТВ.

Отметим также, что наиболее популярным по рейтингу оказались региональные каналы (Домашний; СТС; ТНТ). А у педагогов на первое место в рейтинге попал канал Рен-ТВ, структура вещания которого (развлекательные сериалы, ток-шоу, новости-сенсации), по всей вероятности, оказалась соответствующей потребностям аудитории на данный момент.

К сожалению, только 12,6% студентов педагогических вузов смотрят передачи канала ВВС. Это явная недооценка информационных возможностей канала. Однако следует отметить и то, что направленность телематериалов ВВС не соответствует дидактическим особенностям учебного процесса в России. Нейтральность материалов, зачастую невозможность использовать их (целиком или частично) непосредственно в учебных целях в глазах педагога часто становятся непреодолимым препятствием.

В первую очередь внимание к телевидению привлекают развлекательные программы (28,3% (2 балла) и 67,4% (1 балл) учителей и родителей, отметили именно эти программы как предпочитаемые). 28,3% (2 балла) и 67,4% (1 балл) учащихся также привлекают развлекательные программы. Далее следуют общественные (30,9% и 39,4% у учителей и родителей, 20,5% и 19,5% у учащихся), политические (31,7% и 30% у взрослых и 21,5% и 30% у учащихся), религиозные (30,9% и 43,9% у взрослых и соответственно 13% и 30,5% у учащихся), научные (24,3 и 43,5% у взрослых и 15% и 38,5% у учащихся) и экономические (26,5% и 47,8% у взрослых и 10% и 19% у учащихся). В профессиональной среде оказались также популярны передачи о профессиональной ориентации (10,9% и 63,9% популярности у учителей и родителей и 24% и 35% популярности у учащихся). Судя по этим данным, общественная и политическая активность зрителей весьма высока. Необходимы и передачи на научные и религиозные темы. Поскольку в структуре телеканалов преобладают в первую очередь развлекательные передачи, уровень популярности интересных для аудитории тем у журналистов и профессионалов медиа не высок. На это следовало бы обратить внимание профессионалов медиа. Аудитории нужна структура телевидения (и других СМИ), которая отражала бы реальные запросы населения.

Итогом анкетирования стал рейтинг доверия к СМИ. Для педагогов и родителей: полное недоверие к СМИ испытывают только 6,5% аудитории, частично доверяют получаемым данным 43,9%... а 49,6%, несмотря на все попытки критичного отношения к информации СМИ, проявленные ими по ходу анкетирования, безоговорочно доверяют полученной информации! Для учащихся эти числа также вызывают интерес: 6% полного недоверия, 26% «не очень доверяют» информации СМИ, а 63% – безусловно доверяют! Тем не менее теоретические аспекты функционирования СМИ в современном информационном пространстве ясно доказывают, что доверять их информации нельзя. Несмотря на постоянно идущие дискуссии о необходимости развивать критическое мышление, ситуация мало изменилась. И здесь внимание следует обращать как на образовательные, так и на воспитательные аспекты информации СМИ. Образовывать и воспитывать можно и нужно на материалах, которые предоставляет нам массовая коммуникация. Следует только точно выбирать методику использования этих материалов в учебно-воспитательном процессе.

Выводы. Несмотря на то, что за последние XX лет сильно изменилась система средств массовой коммуникации, отношение к информации СМИ в современном обществе осталось практически тем же – в основном некритичным. Медийной информации доверяют, на ее основании формируют картину мира, эффект «параллельной школы» за последние 10 лет усилил свое влияние на аудиторию подростков и молодежи. Это диктует следующие выводы:

1. Социальная динамика постиндустриальной культуры требует, чтобы образование обеспечивало готовность человека к глобальным переменам общества. Это возводит социальную адаптивность и автономное сознание личности, развиваемые СМИ, в ранг стратегических целей современного российского образования.

2. В современных социокультурных условиях совокупность инфокоммуникационных каналов, в том числе и динамично развивающаяся и легкодоступная сеть Интернет, является действенным средством развития и реализации творческого потенциала личности, эффективным способом коллективного взаимодействия, при помощи которого можно решить много общих проблем. Выстраивание парадигмы личностного развития, в основе которой находятся коллективные увлечения местных и интернациональных сообществ, в целом повышает динамизм развития культуры личности и установления новых общественных связей.

3. Особую роль информация СМИ играет в патриотическом воспитании подростков и молодежи в современной этнокультурной ситуации. Формирование у личности современной культуры невозможно без активного

участия медиа, поэтому нужно объединять усилия профессионалов сферы образования, специалистов масс-медиа и самих детей и подростков.

4. Интегративность и универсальность современной культуры, в том числе и этнокультурной ситуации, требуют поиска адекватного принципа организации образовательного пространства и создания в учебных учреждениях универсальной образовательной среды с учетом информационного поля СМИ.

Рекомендации

1. Необходимо не только учитывать влияние СМИ на современный учебно-воспитательный процесс, но и искать новые способы борьбы с эффектом «параллельной школы». Нужно вести постоянный мониторинг процесса изменения системы СМИ и ее воздействия на широкую аудиторию.

2. Необходимо более активное введение различных форм медиаобразования в современный учебно-воспитательный процесс.

3. Для дальнейшего повышения роли образования в развитии информационной культуры необходимо объединение усилий школы, семьи, масс-медиа и широкой общественности.

Заключение

Изучение СМИ должно стать реальностью в каждой школе. И здесь одинаково важны как интегрированное медиаобразование – использование материалов СМИ на уроках, так и специальное – развивающее – использующее изучение отдельных видов медиа и обучающее созданию медиатекстов.

Основная цель медиаобразования – формирование медиакультуры личности. Сам термин “медиакультура” отражает особенности используемого подхода - изучение средств массовой информации и каналов массовой коммуникации взяты с точки зрения приобщения человека к культуре, что помогает найти наиболее эффективные способы использования средств массовой информации в учебном процессе.

Если перечень возможных курсов интегрированного медиаобразования соответствует списку учебных предметов, то курсы специального медиаобразования более разнообразны. Это могут быть любые варианты школьных кино клубов, школьного телевидения и радио, школьных печатных изданий.

Основа любой школьной программы специального медиаобразования должна иметь следующую структуру: место данного вида коммуникации в жизни общества и в истории культуры; особенности нашего восприятия и понимания информации; специфика данного языка массовой коммуникации (или данного вида СМИ); комплекс заданий и упражнений, который

помогает органично сочетать освоение технологии с реализацией художественно-творческого потенциала личности.

Литература

Брудный А.А. *Педагогическая герменевтика*. М.: Лабиринт, 2005.

Журин А.А. *Интегрированное медиаобразование в средней школе (предметы естественнонаучного цикла)*. М.: УРАО ИСМО, 2009.

References

Brudny, A.A. *Pedagogical hermeneutics*. Moscow: Labirint, 2005.

Jurin, A.A. *Integrated media education in secondary school (Science subjects)*. Moscow, 2009.



Медиаобразование за рубежом

Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Центральной Азии (Узбекистан, Таджикистан, Киргизстан) *

*О.И. Горбаткова,
Таганрогский институт имени А.П. Чехова
(филиал Ростовского государственного экономического университета)*

** статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 14-18-00014 «Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов», выполняемый в Таганрогском государственном институте управления и экономики.*

Аннотация: статья посвящена практической реализации синтеза медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в Узбекистане, Таджикистане и Киргизии. Обозначается поле медиакритики в современном медиaprостранстве данных стран. Автором анализируются основные направления и тенденции развития медиакритики и медиаобразования, выявляются ведущие медиакритики и медиапедагоги.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакритика, синтез, школьники, студенты, медиаграмотность, медиатекст, медиaprостранство, Узбекистан, Таджикистан, Киргизстан.

Synthesis of media criticism and media education in the learning process of pupils and students in the countries of Central Asia (Uzbekistan, Tajikistan, Kyrgyzstan)

*Olga Gorbatkova,
Anton Chekhov Taganrog Institute
(branch of Rostov State University of Economics)*

Abstract: the article is devoted to the practical implementation of the synthesis of media criticism and media education in the learning process of pupils and students in Uzbekistan, Tajikistan and Kyrgyzstan. The author indicated the fields of media criticism in the modern media landscape of these countries. The author analyzed the main directions and trends of media criticism and media education, leading media critics and the media.

Keywords: media education, media criticism, synthesis, pupils, students, media literacy, media text, media, Uzbekistan, Tajikistan, Kyrgyzstan.

Современная система образования в качестве одной из приоритетных целей выдвигает использование средств массовой коммуникации для освоения медиапространства, развития критического мышления, формирования умений ориентироваться в информационном обществе, выработки способностей к противостоянию медийным манипуляциям, совершенствования аналитических навыков оценки анализа произведений медиакультуры, т.е. для развития медиакомпетентности населения [Федоров, 2003, 2009, 2012, 2013, 2014; Fedorov, 2007, 2013, 2014]. Безусловно, это характерно для всего мирового сообщества, не стали исключением и страны Центральной Азии (Узбекистан, Таджикистан, Киргизстан).

В последнее десятилетие в Узбекистане, Таджикистане, Киргизстане со стороны исследователей проявляется значительный интерес к проблемам развития масс-медиа, медиакритики, особенностям влияния медиа на школьную и студенческую аудиторию, перспективам внедрения медиаобразовательного потенциала в учебно-воспитательный процесс.

А.П. Короченский выделяет несколько видов медиакритики: академическая, профессиональная и массовая критика СМИ [Короченский, 2003, с. 39], хотя в реальной практике виды медиакритики очень трудно выявить по отдельности друг от друга.

Итак, академическая медиакритика познает и оценивает наиболее сложные и масштабные проблемы и процессы функционирования средств массовой информации, требующие теоретического подхода, повышенного уровня компетентности. В исследуемой нами группе стран академическая медиакритика отражается в научно-публицистических исследованиях, рассчитанных как на ученых, так на представителей медийной среды. Исследования затрагивают вопросы, касающиеся проблем, тенденций, процессов медиакультуры, особенностей взаимодействия медиа с аудиторией. Полученные результаты исследований, позволили ученым выявить и определить основные тенденции и особенности функционирования масс-медиа в каждой конкретной стране, наметить пути и направления дальнейших исследований в медиасфере.

Например, в Таджикистане среди исследователей, активно занимающихся критическим анализом различных сторон деятельности СМИ и их взаимодействия с обществом, можно выделить И.К. Усмонова, Ф. Шарифзода, С.Э. Негматова, И. Салихова, А. Сагдуллоева и др. В Киргизии и Узбекистане в данной области можно выделить таких ученых, как А. Исманов, А. Кацев, Ч. Ажибеков и др.

Основная задача профессиональной медиакритики – критический анализ деятельности медиасообщества. Данный вид медиакритики также находит отражение в медиапространстве Узбекистана, Таджикистана и Киргизстана. В качестве примера, в этом направлении в Узбекистане можно отметить работы Н. Каримовой [Каримова, 2013], К.П. Абдурахманова и С.С. Бекназаровой [Абдурахманов, Бекназарова, 2009; 2011], Э. Аблазова [Аблазов, 2013]. В области профессиональной критики работали и таджикские исследователи, среди них: И.К. Усмонов [Усмонов, 2011], А.Н. Нуралиева [Нурлиева, 2010], Н. Салихов [Салихов, 2008] и др.

Так таджикским исследователем И.К. Усмоновым в статье «Соблюдение этических норм профессии журналиста в освещении международных проблем» [Усмонов, 2011, с. 55], раскрываются проблемы, касающиеся несоблюдения известных норм профессиональной этики журналиста (нарушение словесной этики, плагиат, отсутствие ссылки на источник информации, неуважение к аудитории и т.д.). Автор анализирует и критикует различные материалы СМИ Таджикистана, в состав которых входят официальная, неправительственная, электронные и печатные.

Кроме академической и профессиональной критики распространение получила и массовая медиакритика, медиатексты которой адресуются самой широкой аудитории, состоящей как из представителей медиасообщества, так и из потребителей медиапродукции. Массовая медиакритика использует возможности СМИ для публикации критико-журналистских работ в целях воздействия на общественное мнение и на сообщества медийных профессионалов. В опыте медиакритики рассматриваемых нами стран данный вид также находит отражение в медиапространстве, однако необходимо отметить, что данный вид медиакритики развивается в меньшей степени, чем иные виды.

Анализ общего состояния медиакритики в странах Центральной Азии (Узбекистан, Таджикистан, Киргизстан) позволил нам выявить целый комплекс функций, присущих медиакритике как сфере журналистской деятельности [Короченский, 2003]:

- информационно-коммуникативная функция – функция общения с массовой аудиторией. Данная функция отвечает за передачу информации к аудитории и получении от неё обратной связи;

- познавательная функция медиакритики включает ряд подфункций в соответствии с познавательными операциями, применяемыми критиками (подфункции мониторинга, анализа, интерпретации, оценки, прогноза). Данная функция отвечает за анализ духовной составляющей при создании медиатекста. Мы пришли к выводу, что в группе исследуемых нами стран познавательная функция медиакритики ослаблена;

- регулятивная функция медиакритики ставит перед собой цель - развитие и совершенствование творческо-профессиональной культуры создателей медийного содержания. Данная функция находит отражение в медиакритике Узбекистана, Таджикистана, Киргизстана;

- просветительская функция - функция передачи аудитории накопленного обществом исторического и культурного опыта общения со средствами массовой информации, формирование определённой культуры освоения медийного содержания. На сегодняшний день многие узбекские, таджикские, киргизские ученые, в различных сферах деятельности, обращаются и активно используют в реальной жизни опыт других стран, бесспорно, не исключением является и медиаобразование. При этом, медиакритика стран Центральной Азии оказывает содействие в освоении идей, взглядов, направлений деятельности других стран, через осмысление традиций, нравственных идеалов, ценностей и т.д.

Несомненно, призвание медиакритики - анализировать актуальные творческие, профессионально-этические, правовые, экономические и технологические аспекты информационного производства в СМИ. Задача развития критического мышления аудитории выступает для медиаобразования и медиакритики как одна из приоритетных.

Анализ работ медиакритиков Узбекистана, Таджикистана и Киргизстана позволил нам констатировать, что медиакритика функционирует здесь в рамках информационного, аналитического, рекламного подходов. Рассмотрим более подробно каждый из подходов.

В рамках информационного подхода [Баканов, 2006] медиатексты освещаются с фактологической, событийной точки зрения. При этом основной акцент делается на описание процессов, этапов развития определенной ситуации. В качестве примера можно привести статьи, касающиеся развития медиаобразования и медиакритики, анализа взаимодействия аудитории с медиамиром в странах Центральной Азии и т.д. [Абдурахманов, Бекназарова, 2011; Ходимов, 2012; др].

Значительное количество сторонников имеет аналитический подход, подразумевающий анализ масс-медиа с акцентом на творческое его содержание [Баканов, 2006]. Так, к представителям данного подхода можно отнести профессиональных кинокритиков, которые осуществляют деятельность не только в рамках академической медиакритики, но и выступают в сфере профессиональной медиакритики.

Яркие представители таджикской кинокритики - Р. Дорайсвали, С. Рахимов. Подчеркнём, что С. Рахимов - автор известного в Таджикистане сборника статей под названием «Луч экрана», включающего в себя фильмографию таджикских кино- и телефильмов 1929-2003 гг. [Рахимов,

2004]. Автор уделяет внимание освещению состояния киностудии «Таджикфильм» в 1990-х гг. и приводит сравнительные статистические данные периода до и после распада Советского Союза. В содержание сборника можно обнаружить очерки портретов известных таджикских кинематографистов, а также статьи об избранных таджикских кинопроизведениях, как советского периода, так и периода государственной независимости.

Кроме того, анализируя работы С. Рахимова, мы находим ряд важных, на наш взгляд, аналитических публикаций: «О творческой индивидуальности художника», «Два этапа в развитии таджикского кино как феномена национальной культуры», «Таджикское кино на закате советской эпохи», «Современное состояние таджикского кино» и др. Эти публикации дают представление о динамике развития таджикского кинематографа, в частности, о его эстетике, о творческой составляющей в деятельности художника.

В Киргизии можно выделить киноcritика и киноведа Г. Толомушову, автора монографии «Территория Киностан: Кыргызское кино в лицах», вышедшая [Толомушева, 2009], где основной акцент делается на анализе профессиональной деятельности известных киргизских кинорежиссеров.

В последнее время в странах Центральной Азии наблюдается положительная тенденция – синтез медиаcritики и медиаобразования. Например, статья С.С. Бекназаровой «О создании и функционировании медиаобразовательного портала» [<http://mediaedu.uz>], направлена на раскрытие важности и необходимости изучения студенческой аудиторией образовательных учебных курсов с учетом элементов медиаобразования и медиаcritики, что становится эффективным средством развития творческой, самостоятельной личности, умеющей воспринимать, анализировать и критически осмысливать медиатексты.

В системе медиаобразования в изучаемой группе стран большое значение имеют и печатные издания. Специфической особенностью развития данного компонента стало появление новых специализированных журналов и газет.

Изучая общую ситуацию медиапедагогике в Узбекистане, Таджикистане и Киргизстане, отметим, что в целом наблюдается схожесть позиций, затрагивающих медиаобразовательную систему. На сегодняшний день медиаобразование в рассматриваемой группе стран занимает все более прочную позицию в учебно-воспитательном процессе школьников и студентов. В подтверждении нашей точки зрения приведем высказывание старшего научного сотрудника Андижанского государственного университета Э.Э. Аблазова: «Медиаобразование в Узбекистане развивается

как самостоятельное направление и приобретает все большую значимость в учебном процессе общеобразовательных заведений, при этом оказывая влияние и на качество учебного процесса» [Аблазов, 2013].

Рассматривая развитие медиаобразования в Узбекистане, важно подчеркнуть, ключевую роль национальной телерадиокомпании, которая осуществляла организацию телелекций посредством учебных телепередач (1976-1995). Заметим, что содержательный комплекс телелекций был рассчитан на разнородную по своему составу целевую аудиторию [Аблазов, 2013]:

- для учащихся старших классов средних общеобразовательных школ (9-11 классы). Здесь активно применялись наглядные лабораторные работы, обучающие фильмы. Научно-теоретическим фундаментом телепередач выступал изучаемый учебный материал школьной программы;

- для абитуриентов, поступающих в высшие учебные заведения (в ходе организации обучающих телепередач были внедрены новые образовательные и методические пособия);

- для студентов, обучающихся заочно (1976 – 1990) были организованы телелекции по общему курсу физики, а в частности, разделов: механика, молекулярная физика, электричество, оптика, атомная и ядерная физика.

Изучение сегодняшнего состояния медиаобразования в Узбекистане позволяет говорить о новых тенденциях его развития. В частности, сравнительно недавно в Узбекистане возник «Медиаобразовательный портал» (<http://mediaedu.uz>), который на сегодняшний день обладает широкой аудиторией. Проект был организован при поддержке Ташкентского университета информационных технологий (научный руководитель проекта - профессор К. Абдурахманов, модератор - С.С. Бекназарова). Основная цель этого национального медиаобразовательного ресурса помочь студентам в изучении образовательных учебных курсов или модулей, используя элементы медиаобразования и медиакритики для развития творческой, самостоятельно и критически мыслящей личности в условиях активно увеличения информационного потока.

Медиаобразовательный портал включает в себя несколько разделов, отличающихся между собой:

- главную страницу <http://mediaedu.uz>, которая раскрывает сущность медиаобразования, важность изучения средств массовой коммуникации в процессе подготовки как подрастающего поколения и студенческой аудитории, формирования медиакомпетентности;

- новости медиаобразования <http://docs.mediaedu.uz>;

- публикации медиаобразовательного характера http://docs.mediaedu.uz/?page_id=78;

- медиаобразовательные конференции
http://docs.mediaedu.uz/?page_id=49;

- ссылки на интернет-ресурсы http://docs.mediaedu.uz/?page_id=2;

- медиаобразовательные курсы по различным дисциплинам.

Как отмечает разработчик медиаобразовательного портала С.С. Бекназарова, «приоритетная задача для каждого из нас — научиться оценивать качество и достоверность информации, проявлять избирательность при ее потреблении, производить отбор необходимой информации, систематизируя ее по определенным сферам науки, вписывать ее в те знания, которые дает учебное заведение, критически относиться к любой информации. Все вышесказанное окажется залогом формирования современной образованной личности» [Бекназарова, 2011, <http://mediaedu.uz>].

Актуальность синтеза медиаобразования медиакритики осознается и в Киргизстане, где в 2012 году были организованы спецкурсы для старшеклассников и студентов, под названием «Media Literacy» («Медиаграмотность») [<http://newreporter.org/2012/05/07/konkurs-na-uchastie-v-media-literacy-course-v-bishkekskom-lofte/#sthash.6pscociP.dpuf>]. Курсы носили факультативный характер, включали в себя лекции и практические занятия. Организаторами спецкурса на первое место выдвигались задачи повышения уровня медиакомпетентности школьников и студентов, предполагающего развитие критического мышления и умения ориентироваться в современном потоке медийной информации.

Программа спецкурса отражала особенности, функции СМИ, раскрывала сущность и назначения профессии журналиста, медиакритика, развитие умений анализировать содержательные компоненты медиа, раскрывать специфику основных направлений медиаобразования (на материале фото, кино, радио и др.).

Кроме того, в Киргизстане функционируют «инновационные школы». На сегодняшний день таких школ в Киргизии насчитывается около 100 [Country Readiness Assessment Report, 2000, p. 418]. Организация школ подобного типа предполагает использование в учебно-воспитательном процессе креативных методов обучения, обеспечение учреждений мультимедийными обучающими курсами, наглядными пособиями. Примером такого учреждения может послужить деятельность школы «Олимп» в Оше, где «оборудованы три класса, где имеются интерактивные доски - достаточно касаться экрана специальным маркером и открывать текстовые файлы, пользоваться фото, аудио, видеофайлами, компьютеры, лазерные проекторы» [Country Readiness Assessment Report, 2000, p. 418.]. Итак, многие киргизские исследователи резонно говорят о необходимости и важности в современной ситуации перехода к новым (медийным) методам

обучения подрастающего поколения. Это, в первую очередь, обусловлено медиатизацией общества, поэтому традиционные цели и задачи системы образования не могут обеспечить качественное образование, что ставит тематику внедрения медиатехнологий весьма актуальной. На современном этапе одна из значимых задач модернизационных процессов, происходящих в образовании стран Центральной Азии, - развитие информационно-коммуникационных технологий, их внедрение в образовательный процесс школьников и студентов, а также – развитие системы дистанционного образования.

Развитие компьютерной грамотности стало одним из направлений, поддерживаемых Правительством Таджикистана. В последнее время здесь было организовано множество различных специализированных курсов по развитию навыков использования информационно-коммуникационных технологий. Зачастую специализированные курсы проводились по инициативе международных организаций. Некоторые частные компании организуют тренинги для всех желающих, независимо от возрастной категории (освоить, например, элементы программирования или веб-дизайна). Часто в средствах массовой информации можно обнаружить многочисленные объявления о каких-либо частных курсах информационной грамотности, в том числе - бесплатных.

Ещё в 2002 году на базе Таджикского технического университета прошёл семинар «Использование информационно-коммуникационных технологий в образовании» для двадцати преподавателей, которые представляли большинство таджикских университетов. В результате проведения семинара были разработаны рекомендации по использованию информационно-коммуникационных технологий в образовательном процессе. В Республике Узбекистан также накоплен значительный опыт работы в области внедрения информационных технологий в учебно-воспитательный процесс, организации информационной среды на основе технологий электронного, дистанционного обучения. Таким центром богатейшего опыта в сфере применения информационно-коммуникационных технологий выступает Ташкентский Университет информационных технологий.

Выводы. Перед медиаобразованием стран Центральной Азии открываются большие перспективы. Это связано с наметившейся в последнее время тенденцией синтеза медиаобразования и медиакритики, которые обладают огромным потенциалом в развитии медиакомпетентности населения.

Рассматривая целый комплекс задач медиаобразования, выполнению которых может помочь использование текстов медиакритиков на занятиях со школьниками и студентами, можно выделить следующие:

- развитие аналитического, критического мышления, автономии личности по отношению к медиа;
- защита от вредного влияния СМИ;
- развитие способностей аудитории к восприятию, пониманию и анализу языка медиа;
- развитие способностей аудитории к политическому, идеологическому анализу различных аспектов медиа, медиакультуры;
- развитие способностей аудитории к моральному, нравственному, психологическому анализу различных аспектов медиа, медиакультуры;
- развитие способностей аудитории к анализу медиатекстов в широком культурологическом, социокультурном аспекте;
- развитие умений аудитории создавать и распространять собственные медиатексты;
- получение аудиторией знаний по истории медиа, медиакультуры;
- удовлетворения различных потребностей аудитории в области медиа;
- подготовка аудитории к жизни в демократическом обществе.

Анализ, проведённый нами, позволяет утверждать о том, что в Узбекистане, Таджикистане и Киргизстане, одной из ведущих теоретических платформ медиаобразования является практический подход: наблюдается большой интерес к практическому использованию медиатехнологий в учебно-воспитательный процесс школ и вузов. По нашему мнению, это напрямую связано с развитием компьютерной техники и увеличением возможностей глобальных сетей. Важной проблемой развития медиаобразования является разработка и внедрение разнообразных интегрированных и специальных медиаобразовательных курсов в программы школ.

Тем не менее, несмотря на наличие достаточно успешных начинаний, медиапедагогический и медиакритический потенциал образования, развития и воспитания современного поколения, в странах Центральной Азии в целом используется не в полной мере, в связи с чем необходимо активизировать исследования по проблематике медиаобразования и медиакритики, развития медиакомпетентности, консолидацию и обмен опытом с журналистами, медиапедагогами других стран. Актуальность теоретических и методических разработок в области медиакультуры в странах центральной Азии не вызывает никаких сомнений, в связи с этим, на наш взгляд весьма значимым может стать синтез медиакритики и медиаобразования.

Литература

- Абдурахманов К.П., Бекназарова С.С. Из истории развития медиаобразования в Узбекистане // Медиаобразование. 2011. № 2. С. 20-25.
- Аблазов Э.Э. Медиакультура и медиаобразование в обеспечении модернизации системы высшего образования в Узбекистане // Credo new. 2013.
- Баканов Р.П. Картографирование системы медиакритики в общероссийской печати последнего десятилетия XX века // Тонус. 2006. № 13. С. 5-48.
- Бекназарова С.О. Создании и функционировании медиаобразовательного портала. 2011. <http://mediaedu.uz>
- Каримова Н.Г. Молодой герой узбекского игрового кино 1960-1990 гг. Автореф. дис. ... канд. искусств. Ташкент, 2013
- Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореф. дис. ... д-ра фил. наук. СПб, 2003. 41 с.
- Нуралиева А.Н. Правовые основы журналистики. Душанбе: Деваштич, 2005.
- Рахимов С. О творческой индивидуальности художника // Очерки истории и теории культуры таджикского народа. Т.4. Душанбе, 2010. С.526-555.
- Рахимов С. Два этапа в развитии таджикского кино как феномена национальной культуры // Очерки истории и теории культуры таджикского народа. Т.3. Душанбе, 2009. С.458-517.
- Рахимов С. Луч экрана. Душанбе: Главная научная редакция Таджикской Национальной Энциклопедии, 2004. 248 с.
- Салихов И. Проблемы подготовки журналистских кадров в вузах Таджикистана // Сб.ст. по вопросам журналистского образования. Душанбе: Азия-принт, 2008.
- Семинар-тренинг «Повышение эффективности социальной рекламы» в Таджикистане. 2013. <http://www.soclaboratory.ru/new>
- Токбаева Д. Конкурс на участие в Media Literacy. 2012. <http://newreporter.org/2012/05/07/konkurs-na-uchastie-v-media-literacycourse-v-bishkekskomlofte/#sthash.6psocip.dpuf>
- Толумушова Г. Территория Киностан: Кыргызское кино в лицах. 2009. <http://www.msn.kg/ru/news> <http://www.msn.kg/ru/news>
- Усмонов И. К. Обзор этических норм профессиональной деятельности журналиста. Душанбе, 2011. 54 с.
- Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. Монография / Москва, 2013.
- Федоров А.В. Массовое медиаобразование в современной России: реальные достижения и трудности // Школьные технологии. 2014. № 4. С. 75-79.
- Федоров А.В. Медиаобразование будущих педагогов. Монография / Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование в педагогических вузах. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиакомпетентность. Сборник учебных программ для вузов. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиакомпетентность. Сборник учебных программ для вузов / Таганрог, 2009.
- Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Монография / Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование: социологические опросы. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране. Монография / Москва, 2013.

- Федоров А.В. Светская и теологическая медиаобразовательные модели // Медиаобразование. 2012. № 5 (35). С. 54-68.
- Федоров А.В. Учебное пособие для медиапедагогов-практиков // Медиаобразование. 2013. № 3. С. 116-119.
- Федоров А.В. Экологическая тема в российском игровом киноискусстве звукового периода: проблемы и тенденции. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Экологическая тема в российском игровом киноискусстве звукового периода: проблемы и тенденции. Таганрог, 2003.
- Федоров А.В., Левицкая А.А. Модель, синтезирующая задачи медиаобразования и медиакритики для эффективного развития медиакомпетентности и аналитического мышления будущих педагогов, их целенаправленной подготовки к медиаобразованию школьников // Дистанционное и виртуальное обучение. 2014. № 10 (88). С. 94-110.
- Ходимов Д.Б. К вопросу о информационной безопасности в СМИ Республики Таджикистан // Вестник университета. 2012. №1 (36). С. 230.
- Country Readiness Assessment Report. Kyrgyzstan. 2000. P. 418.
- Fedorov A. Analysis of media stereotypes of the Russian image in media studies in the student audience (example: the screen versions of Jules Verne's novel "Michael Strogoff") // European researcher. 2014. № 9-2 (83). С. 1718-1723.
- Fedorov A.V. Media education: sociology surveys. Taganrog, 2007.
- Fedorov A.V. Russian image of the modern western screen: case film studies (2 films of S.Spielberg and J.Stelling) // European researcher. 2013. № 6-2 (53). С. 1764-1771.

References

- Abdurahmanov, K.P., Beknazarova, S.S. From the history of the development of media education in Uzbekistan // Media education. 2011. № 2, pp 20-25.
- Abliazov, E.E. Media culture and media education in support of modernization of the higher education system in Uzbekistan // New Credo. 2013.
- Bakanov, R.P. Mapping system of media criticism in the national press last decade of the XX century // Tonus. 2006. N 13, pp.5-48.
- Beknazarova, S.S. The establishment and operation of media portal. 2011. <http://mediaedu.uz>
- Country Readiness Assessment Report. Kyrgyzstan, 2000, P. 418.
- Fedorov, A.V. Analysis of audiovisual media texts. Moscow, 2013.
- Fedorov A. Analysis of media stereotypes of the Russian image in media studies in the student audience (example: the screen versions of Jules Verne's novel "Michael Strogoff") // European researcher. 2014. № 9-2 (83), p.1718-1723.
- Fedorov, A.V. Child rights and the problem of violence on the Russian screen. Moscow, 2013.
- Fedorov, A.V. Environmental theme in Russian cinema sound gaming period: issues and trends. Taganrog, 2003.
- Fedorov, A.V. Environmental theme in Russian cinema sound gaming period: issues and trends. Moscow, 2013.
- Fedorov, A.V. Mass media education in modern Russia: the real achievements and difficulties // School technology. 2014. № 4, p. 75-79.
- Fedorov, A.V. Media education and media competence. Collection of educational programs for schools. Moscow, 2013.
- Fedorov, A.V. Media education and media competence. Collection of educational programs for schools. Taganrog, 2009.

- Fedorov, A.V. Media Education and Media Literacy. Moscow, 2013.
- Fedorov, A.V. Media education in teacher training colleges. Moscow, 2013.
- Fedorov, A.V. Media education of future teachers. Moscow, 2013.
- Fedorov, A.V. Media Education: History, Theory and Methods. Moscow, 2013.
- Fedorov, A.V. Media Education: opinion polls. Moscow, 2013.
- Fedorov A.V. Media education: sociology surveys. Taganrog, 2007.
- Fedorov, A.V. Russian image of the modern western screen: case film studies (2 films of S.Spielberg and J.Stelling) // European researcher. 2013. № 6-2 (53), p.1764-1771.
- Fedorov, A.V. Secular and theological models of media education // Media Education. 2012. № 5 (35), p. 54-68.
- Fedorov, A.V. Textbook for media education practitioners // Media Education. 2013. № 3, p.116-119.
- Fedorov, A., Levitskaya, A. The model synthesizes the goals of media education and media criticism for the effective development of media competence and analytical thinking of the future teachers, their focused training to media education students // Distance and virtual learning. 2014. № 10 (88), p. 94-110.
- Karimova, N.G. Young hero of Uzbek films 1960-1990. Ph.D. dis. Tashkent, 2013.
- Khodimov D.B. The issue of information security in the media of the Republic of Tajikistan // Bulletin of the University. 2012. N. 1 (36), 230 p.
- Korochensky, A.P. Media criticism in the theory and practice of journalism. Ph.D. Dissertation. St. Petersburg, 2003.
- Nuraliev, A.N. Legal foundations of journalism: a Training manual. Dushanbe: Devasted, 2005.
- Rakhimov, S. About the creative personality of the artist // Essays on the history and theory of culture of the Tajikistan Vol.3. Dushanbe, 2009. 517 p.
- Salikhov, I. Problems of the training of journalists in Tajikistan Universities // SBSTTA issues in journalism education. Dushanbe: Asia-print, 2008.
- Seminar-training "Improving the effectiveness of social advertising" in Tajikistan. 2013. <http://www.soclaboratory.ru/new>
- Tokbayeva, D. The Competition for participation in Media Literasy Cours in Bishkek Loft. 2012.
- Tolomushova, G. Territory Kinostan: Kyrgyz cinema in persons. 2009. <http://www.msn.kg/ru/news> <http://www.msn.kg/ru/news>
- Usmonov, I. K. Review of the ethical standards of the professional activities of a journalist. Dushanbe, 2011. 54 p.



Медиаобразование за рубежом

Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов Украины *

К.А. Чельшев,
студент факультета психологии и социальной педагогики,
Таганрогский институт имени А.П.Чехова
(филиал Ростовского государственного экономического
университета),

И.В. Чельшева,
кандидат педагогических наук, доцент,
Таганрогский институт имени А.П.Чехова
(филиал Ростовского государственного экономического
университета),

** статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 14-18-00014 «Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов», выполняемый в Таганрогском государственном институте управления и экономики.*

Аннотация. Статья посвящена практической реализации синтеза медиакритики и медиаобразования в процессе обучения украинских школьников и студентов. Авторами представлен краткий обзор основных подходов к проблеме синтеза медиакритики и медиаобразования с точки зрения содержания, методического и программного обеспечения.

Ключевые слова. Медиаобразование, медиакритика, синтез, школьники, студенты, медиаграмотность, медиадидактика, Украина.

Synthesis of media criticism and media education in the learning process of pupils and students in Ukraine

Kirill Chelyshev,
student of the faculty of psychology and social pedagogy

*Anton Chekhov Taganrog Institute
Dr. Irina Chelysheva,
Anton Chekhov Taganrog Institute*

Abstract. This is the article about the problems of the practical implementation of the synthesis of media criticism and media education in teaching Ukrainian students. The authors present a brief overview of the main approaches to the problem of synthesis of media criticism and media education in terms of content, methodology and software.

Keywords. Media education, media criticism, synthesis, schoolchildren, students, media literacy, media didactics, Ukraine.

Жизнь современного человека все теснее связывается с многочисленными медиаресурсами. Интернет, телевидение, пресса ежедневно предлагают огромное количество новостей, событий, мнений, которые так или иначе оказывают информационное влияние на формирование мировоззренческих ориентиров, определяют оценку происходящих в мире процессов. По мнению А.П.Короченского, «на потребителей массовой информации оказывают мощнейшее воздействие художественный, документальный, рекламно-справочный и иллюстративный компоненты содержания СМИ, также заслуживающие пристального внимания и оценки. Поэтому критика средств массовой информации (медиакритика) не может ограничиваться – и не ограничивается на практике – одной лишь журналистской сферой, несмотря на чрезвычайную важность последней. Современная медиакритика охватывает не только аспекты функционирования печатной и электронной прессы, связанные с журналистикой, с деятельностью журналистских коллективов и редакционной политикой, но вторгается в широкий круг проблем, постановка которых предполагает изучение и оценку медийного контента, взаимоотношений средств массовой информации и их аудитории, СМИ и общества в целом» [Короченский, 2003, с. 3].

Развитие медиакритики и ее возрастающее значение в современном информационном пространстве, а также интеграционные процессы с процессом медиаобразования, актуализировали интерес к эволюции и самобытности различных областей журналистской деятельности и возможных путей взаимодействия медиакритических и медиаобразовательных подходов в разных странах.

Если говорить об истории медиакритики в Украине до середины 1980-х годов, то можно выделить общие тенденции, характерные для советского информационного пространства. После распада СССР в Украине проблемами медиакритики и медиаобразования занимается целый ряд государственных и общественных структур, среди которых – университеты, академии, институты, общественные фонды и т.п. К примеру, в 1990-х годах

открылось несколько высших учебных заведений, занимающихся подготовкой профессиональных медиакритиков. Одним из первых в числе официальных учреждений Украины, в задачи которого входили проблемы медиакритики и медиажурналистики, стал Институт массовой информации (ИМИ) [<http://imi.org.ua>], созданный в 1995 году. Основной миссией ИМИ стало содействие становлению гражданского общества в Украине путем развития качественной журналистики, медиаграмотности населения и доступа к публичной информации. Данные цели достигаются в следующих направлениях работы ИМИ: оказание поддержки журналистов-профессионалов, к которой относится организация юридических консультаций, семинары по повышению квалификации; конференции, круглые столы по проблемам медиажурналистики, выездные миссии по разрешению конфликтов вокруг СМИ и отдельных журналистов; мониторинг нарушений свободы слова в Украине [<http://imi.org.ua>].

В 1999 году Львовский национальный университет имени И.Франко на своей базе основал Институт экологии массовой информации. Здесь одной из основных теоретических концепций выступил предохранительный подход, призванный, как известно, защитить подрастающее поколение от негативного влияния медиа. Наряду с данным подходом в качестве базовых рассматриваются также такие медиаобразовательные концепции, как семиотическая, культурологическая, социокультурная, развития критического мышления [Федоров, 2012].

Последнее десятилетие XX века было важным этапом становления теоретической базы исследований массовой коммуникации. А.В.Федоров считает, что «именно 1990-е годы выдвинули, по крайней мере, трех украинских теоретиков коммуникаций, медиа и медиаобразования. Медийные теории, в том числе – семиотические, теории информационных воздействий/влияний – в своих фундаментальных монографиях, неоднократно переиздававшихся в России и Украине, анализировал и разрабатывал Г.Г.Почепцов [Почепцов, 1996; 1999]. Теоретические подходы развития медиаобразования на материале прессы разрабатывала Г.В.Онкович [Онкович, 1993; 1997], выдвинувшая термин «прессодидактика» и рассматривавшая интегрированное медиаобразование в контексте языкового обучения. Еще один теоретик, лидер львовской медиаобразовательной школы Б.В.Потятиник, был уверен, что «медиаобразование – научно-образовательная сфера деятельности, которая ставит перед собой цель помочь личности в формировании психологической защиты от манипуляции или эксплуатации со стороны масс-медиа и развивать/прививать информационную культуру» [Потятиник, 2005, с.8], поэтому в 1990-х годах

руководимый им коллектив сконцентрировался именно на защитной/предохранительной теории медиаобразования [Федоров, Левицкая, Чельшева и др. Медиаобразование в странах Восточной Европы. 2014].

В 2002 году на базе Могилевской школы журналистики в НаУКМА был создан Центр «Медиареформы» (ЦМР). Этот международный проект стал результатом совместной деятельности украинских и британских организаций. Так, украинскую сторону в данном проекте представляли Киево-Могилянская академия, Независимая Ассоциация вещателей, журнал «Телерадиокуррьер» и Интернет-издание «Телекритика». С британской стороны в проекте принимали участие фирма TADS, Лидский университет и ряд независимых медиаэкспертов. «На реализацию проекта, рассчитанного на три года, британской стороной выделено 800 тысяч фунтов стерлингов [Электронные вести, 26.06. 2002.<http://elvisti.com/node/25933>]. Основными направлениями работы Центра стали постоянно действующий пресс-клуб, издательская и научно-исследовательская деятельность, разработка и лоббирование законопроектов в информационной сфере, а также деятельность по подготовке и переподготовке журналистских кадров.

Среди основных областей журналистской медиакритической деятельности, к которым относится телевизионная критика, критика печатной прессы, критика радио, критика сетевых изданий, в постсоветской Украине все более активное развитие получает именно телевизионная критика. Обращение к телевидению неслучайно, так как значительная часть взрослой медийной аудитории в течение нескольких десятилетий обращается в поисках новостей именно к ТВ.

Э.В.Хмеленко приводит данные всеукраинского опроса, проведенного в 2006 году, который показал, что «52,2% опрошенных главным источником информации считали телевидение, причём 47,4% полагались на центральное киевское ТВ и 5,1% — на местное. В целом же, доверие к телевидению было в шесть с половиной раз больше, чем ко всем остальным украинским СМИ. Поэтому и внимание национальной медиакритики обращено в наибольшей мере именно к телевидению» [Хмеленко, <http://moyuniver.net/mediakritika-na-ukraine-informacionno-politicheskij-resurs/>].

Несмотря на бурное развитие современных информационных технологий и Интернет, телевидение, радио и пресса продолжают оставаться важными медиаканалами информации и новостей. Неслучайно на Украине существует целый ряд периодических изданий, темами статей, репортажей, очерков, рецензий и интервью которых становятся события в прессе или на телевидении. Большинство из них представлены в интернете и находятся в открытом доступе. Среди и широко представлены

аналитические, информационные, рекламные и развлекательные издания, посвященные различным аспектам медиаиндустрии.

К примеру, к развлекательно–информационным изданиям можно отнести информационное ежедневное интернет-издание «oKino.ua» [<http://www.okino.ua>], которое, как и множество других рассказывает о новинках кинематографа, представляет трейлеры, рейтинги фильмов и т.п.

Наиболее соответствуют аналитическому подходу в подаче материала украинские издания «Телекритика» и «Медиакритика». По мнению Р.П. Баканова, под аналитическим подходом понимается «анализ практики телевидения с акцентом именно на творческую его часть: разбор телепередач и попытку осмысления процессов, происходящих на отечественном ТВ. В данном подходе, по нашему мнению, определяющую роль играет телекритика как составная часть медиакритики, которая «определяет степень социального реализма средств массовой информации» [Баканов, 2006. с. 5].

В качестве примера здесь можно привести Киевское сетевое издание «Телекритика» [<http://telekritika.kiev.ua>], материалы которого посвящены процессам, происходящим в медийном пространстве: на телевидении, радио, в прессе.

Еще одним серьезным изданием, посвященным проблемам медиакритики, стал проект Института медиаэкологии Львовского университета - журнал «Медиакритика», имеющий, как многие современные издания, традиционный бумажный формат и электронную версию [<http://www.mediakrytyka.franco.lviv.ua>]. На страницах журнала публикуются материалы как профессиональных, так и начинающих медиакритиков.

20 мая 2010 постановлением Президиума Национальной академии педагогических наук Украины была одобрена Концепция внедрения медиаобразования в Украине. Согласно этой Концепции медиаобразованием считается часть образовательного процесса, направленная на формирование в обществе медиакультуры, подготовку личности к безопасному и эффективному взаимодействию с современной системой масс-медиа, включая как традиционные (печатные издания, радио, кино, телевидение), так и новейшие (компьютерно-опосредованное общение, Интернет, мобильная телефония) медиа с учетом развития информационно-коммуникационных технологий [Концепция..., 2010, http://ispp.org.ua/news_44.htm]. Внедрение медиаобразования на Украине направлено на создание целостной системы медиаобразования в образовательных учреждениях среднего и высшего образования. Координатором данного широкомасштабного эксперимента выступила Национальная Академия педагогических наук Украины.

С 2011 года начался масштабный эксперимент по внедрению медиаобразования в учебно-воспитательный процесс в общеобразовательных заведениях Украины, который происходит в семи областях и Киеве. В экспериментальной работе по внедрению медиаобразования в школьное обучение приняли участие более 80 школ. Особенно активно в работу включилась Николаевская область, 15 школ которой стали экспериментальными площадками по внедрению медиапедагогики в образовательный процесс.

Лабораторией психологии массовой коммуникации и медиаобразования при Институте социальной и политической психологии Национальной академии педагогических наук Украины, уже несколько лет осуществляется мониторинг уровней медиакультуры, которые демонстрируют украинские школьники и население в целом.

Методическое сопровождение и переподготовку педагогов к медиаобразовательному процессу осуществляет Академия Украинской Прессы (АУП) в партнерстве с Институтом инновационных технологий и содержания образования Министерства образования и науки, молодежи и спорта Украины, Институтом социальной и политической психологии Национальной академии педагогических наук Украины [<http://aup.com.ua>]. Академия украинской прессы начала свою деятельность еще в 2001 году.

Представляя анализ современного состояния украинской медиапедагогики, А.В.Федоров обозначил цели основных теоретических позиций следующим образом:

- развитие теоретических концепций медиа (Г.Г. Почепцов, В.Ф. Иванов, Б.В. Потятиник и др.);
- развитие синтеза медиаобразования и журналистики (Академия украинской прессы: коллектив исследователей под руководством В.Ф. Иванова);
- развитие медийной экологии, защита аудитории от вредных медийных воздействий (Институт медиаэкологии при Львовском национальном университете);
- развитие медиадидактики (коллектив медиапедагогов-исследователей под руководством Г.В. Онкович, Академия педагогических наук Украины);
- развитие социокультурной модели медиаобразования (коллектив педагогов-исследователей под руководством Л.А. Найденовой, Академия педагогических наук Украины);
- развитие эстетического восприятия и вкуса школьников и студентов (Национальная ассоциация деятелей кинообразования и медиапедагогики Украины под руководством О.С. Мусиенко);

- развитие критического мышления аудитории на медийном материале (одна из целей практически всех медиаобразовательных организаций Украины);

- развитие практических умений обращаться с медиатехникой и создавать собственные медиатексты (одна из целей практически всех медиаобразовательных организаций Украины) [Федоров, 2012].

В самом деле, в настоящее время Академия украинской прессы представляет собой один из главных медиаобразовательных центров медиаобразования, наиболее тесно объединивших решение задач медиапедагогики и медиакритики. Сферой деятельности Академии выступают: повышение квалификации журналистов, создание образовательной платформы для развития медиакомпетентности молодежи, подготовка медиапедагогов средней и высшей школы, методическое обеспечение процесса внедрения медиаобразования и т.п.

Свою миссию в медиаобразовательном контексте Академия украинской прессы видит во внедрении медиаобразования в учебный процесс через формирование и поддержку группы лидеров-медиапедагогов, привлечении мирового опыта по внедрению медиаобразования.

В деятельности данной организации органично объединились задачи медиакритики и медиаобразования. Об этом свидетельствуют как основные задачи Академии, так и состав ее целевой аудитории, который включает профессиональных журналистов, представителей медиасообществ, общественных комитетов и ассоциаций в области медиа, журналистики и образования, педагогов средних и высших учебных заведений и т.п. Медиаобразование рассматривается как «обучение теории и практическим умениям для овладения современными масс-медиа. Медиаобразование - один из устоявшихся и апробированных способов формирования спроса на качественный журналистский контент. Медиаграмотность является производной и результатом медиаобразования, это способность адекватно воспринимать и интерпретировать медиатексты. По нашему мнению, общество нуждается в этих навыков именно теперь, когда наблюдается новый виток сильного политического и корпоративного контроля над основными медиаресурсами» [<http://www.aup.com.ua/?cat=education&subcat=history>].

Академия уже несколько лет выступает организатором семинаров, тренингов, научно-практических конференций по проблемам медиа. В 2013 году был создан портал «Медиаобразование и медиаграмотность», предназначенный для учителей, преподавателей, журналистов, работников СМИ, студентов, школьников и родителей. К примеру, школьные учителя и преподаватели вузов могут найти здесь не только методические материалы к

занятиям, но и посетить библиотеку, познакомиться с информацией о проводимых конференциях и семинара.

По инициативе Академии с 2011 года в Украине проводятся летние и зимние школы по медиаобразованию. Слушателями школы за несколько лет проведения стали учителя школ, учреждений дополнительного образования, преподаватели вузов и ученики старших классов. К примеру, курсы переподготовки учителей в 2012-2013 году смогли пройти 19000 человек. Среди дисциплин, изучаемых на курсах, особое значение придается основам медиапедагогики. Так, учителя украинских школ изучают такие дисциплины как «Медиаобразование / медиаграмотность», «Медиаобразование в учебно-воспитательном процессе», «Формирование медиаобразовательной компетенции учителя» и др. [<http://www.aup.com.ua>]. Не остаются без внимания и работники дошкольного образования, для которых также организуются семинары и обучающие тренинги.

В числе преподавателей летних и зимних школы за несколько лет ее существования были известные украинские и российские исследователи, медиапедагоги и медиакритики, профессиональные режиссеры и психологи. Среди них профессор В.Иванов - президент Академии украинской прессы; директор Академии украинской прессы О.Волошенюк; главный редактор сайта MediaSapiens – Д.Дуцик; глава Союза кинематографистов Украины, кинокритик С.В. Тримбач; сотрудники отдела киноискусства Института имени М.Рыльского О.Пашкова, Д.Дзюба, Л.Кульчицкая; члены Лаборатории психологи массовой коммуникации и медиаобразования - О.Баришполец, Л.Найденова, О.Голубева, российские ученые-медиапедагоги А. Федоров и И. Челышева.

В настоящее время коллективом Академии создан целый ряд учебных медиаобразовательных программ и методических рекомендаций по внедрению медиапедагогики в школьное и вузовское образование. В рамках экспериментальных курсов начал свою работу электронный журнал «MediaGuide» для школьной аудитории 11-16 лет, основной задачей которого выступает развитие медиакомпетентности детей. Учебные, познавательные материалы журнала могут заинтересовать не только детскую, но и взрослую аудиторию.

В ходе внедрения медиаобразования в украинское образовательное пространство разработано несколько программ для школьников и студентов, в том числе: «Медиаобразование» для студентов высших учебных педагогических заведений [http://www.aup.com.ua/uploads/Program_for_student.pdf], Программа «Основы медиаграмотности» для 8 (9) класса [http://www.aup.com.ua/uploads/Program_8_class.pdf], Кинограмотность:

типичные уроки, «Грамматика киноязыка» [<http://aup.com.ua/?cat=education&subcat=modules>] и др.

Результатом деятельности Академии стали монографии, учебники и учебные пособия, посвященные проблемам медиакритики и медиаобразования. Монография профессора В.Ф. Иванова «Массовая коммуникация» [Иванов. 2013], посвящена изучению основных подходов к информационным и коммуникационным явлениям, понятиям информации, коммуникации, массовой коммуникации, их структуре и свойствам, теоретических подходов к массовой коммуникации [http://www.aup.com.ua/uploads/mk_web.pdf].

Важный вклад в развитие украинской кинокритики внес президент Ассоциации кинокритиков Украины С.И. Тримбач, который также был неоднократным участником школ по медиаобразованию. С.И.Тримбач известен как автор и составитель книг по вопросам развития отечественной кинокультуры, статей и рецензий в ведущих изданиях Украины и России. Одним из известных его трудов стала книга «Александр Довженко: гибель богов».

Недавно увидело свет учебное пособие «Практическое медиаобразование: авторские уроки» [http://www.aup.com.ua/uploads/Avtorski_uroku.pdf], ставшее результатом деятельности по медиаобразованию школьников. В пособии было описано 39 авторских уроков, разработанных для проведения интегрированных и самостоятельных занятий по медиаобразованию в средних общеобразовательных заведениях Украины.

Также результаты эксперимента нашли свое отражение в первом украинском полномасштабном учебнике по медиаобразованию «Медиаобразование и медиаграмотность» [<http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf>]. Данный научный проект возглавил доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, президент Академии украинской прессы В.Ф. Иванов. В авторский коллектив вошли журналисты, педагоги, психологи, искусствоведы - О.В. Волошенко, Д.Ю. Дзюба, В.Ф. Дубровский, Т.В. Иванова, Л.Н. Кульчинская, И.И. Негреева, Л.А. Найденова, Л.Е. Новикова, О.И. Пашкова, Г.Г. Почепцов, А.В. Федоров, О.С. Хоменок. В учебнике были рассмотрены теоретико-методологические проблемы медиаобразования, проблемы медиакритики, а также характеристика современных медиаресурсов и основных векторов их развития в современном информационном пространстве.

Одним из крупнейших украинских медиаобразовательных центров выступает Институт высшего образования Академии педагогических наук

Украины (научная группа под руководством профессора Г.В.Онкович). Здесь считают, что «высокий уровень подготовки современного специалиста требует принципиально изменять образовательное пространство и образовательную политику в Украине. Суть и цель качественного обновления высшего образования в XXI столетия - готовить такого выпускника, который был бы способен овладеть любой специальностью. Для целостного, комплексного решения профессиональных задач нужно развивать у студентов умения осознанно использовать потенциал гуманитарных и фундаментальных дисциплин. Без овладения современными медиаобразовательными технологиями этого не достичь» [Онкович, 2009, с. 75].

Практическая деятельность профессора Г.В.Онкович тесно связана с изучением периодической прессы. Существенный вклад в синтез медиаобразовательных идей и медиакритики внесли исследования Г.В.Онкович в области медиадидактики, способствующие обучению аудитории пользоваться различными технологиями и организовывать процесс самообразования в условиях информационного общества в течение всей жизни. Г.В.Онкович считает, что «именно медиаобразовательные технологии, которые выделились в отдельную часть педагогики - медиадидактику, которая разрабатывает теорию медиаобразования и обучения, научно обосновывает содержание медиаобразования, изучает закономерности, принципы, методы и организационные формы обучения с привлечением медиапродуктов и опорой на масс-медиа, - воплощают принципы гуманизации образования» [Онкович, <http://book.net/index.php?p=achapter&bid=18125&chapter=1>]. А интеграция медиакритики и методик медиаобразования в процессе анализа печатных медиатекстов позволяет решать такие задачи медиаобразования как развитие способности аудитории к восприятию, пониманию и анализу языка медиатекстов, оценки их художественного качества; развитие аналитического, критического мышления.

Коллективом Института высшего образования Национальной академии наук Украины представлен целый ряд программ медиаобразовательной тематики. Например, это экспериментальная программа базового спецкурса «Медиаобразование» А.В.Онкович, «Профессионально-ориентированное медиаобразование» для магистрантов А.В.Онкович и А.Д.Онковича, «Основы медиакультуры» для магистрантов компьютерных наук Н.М.Духаниной, «Основы медиакомпетентности» (для студентов вузов нефтегазового профиля) И.А.Сахневич, «Медиакультура и массово-разъяснительная работа» (для бакалавров-пожарников), «Педагогический практикум по медиаобразованию (для студентов

специальности «Перевод») О.К.Янишин, «Формирование медиакультуры современного специалиста библиотечного дела» Е.Е.Балабановой [Онкович, http://mim.org.ru/phocadownload/onkovich_ad.pdf].

Практический подход к медиаобразованию и решение такой важной задачи медиаобразовательного процесса как создание собственных медиатекстов, умение оценить их, представлен в проведении конкурсов медиаторчества, в которых уже несколько лет принимают участие школьники и молодежь. Яркое ежегодное событие медиаторчества украинских школьников - фестиваль «Кришталеві джерела». На фестивале школьники и студенты представляют собственные фильмы, телевизионные программы, оттачивают свое мастерство в творческих мастерских, руководят которыми известные операторы, журналисты, писатели, режиссеры, искусствоведы, актеры.

Под эгидой фестиваля «Кришталеві джерела» проводятся ежегодные конференции Ассоциации деятелей кинообразования и медиапедагогике Украины, Президентом которой недавно стала киновед, культуролог, кинокритик, педагог, доктор искусствоведения, член-корреспондент Национальной академии искусств Украины И.Б.Зубавина. Ирина Борисовна - член правления ассоциации кинокритиков Украины, член НСЖУ, член ФИПРЕССИ, активный участник научных конференций и семинаров по тематике медиа и медиаобразования.

Очень интересным и перспективным, на наш взгляд, проектом внедрения практического медиаобразования стала онлайн-игра «Медиазнайка» [<http://medialiterasy/game>], презентация которой состоялась в мае 2014 года. Игру «Медиазнайка» разработал Центр медиаинициатив Армении в партнерстве с Интерньюс (США). Во время конференции «Практическая медиаграмотность», проходившей в Киеве в прошлом году, армянские педагоги демонстрировали эту игру, и она заинтересовала украинских учителей. Подготовку украинской версии осуществила команда Академии украинской прессы, благодаря поддержке программы «Библиомост».

По свидетельству директора Академии украинской прессы. О. Волошенюк, целевой аудиторией онлайн-игры станут школьник и 15-17 лет. Школьники во время игры могут проверить свои знания по проблемам медиа, познакомиться с темами «Что такое информация?», «История медиа», «Анализируем медиа», «Свобода слова и ее ограничения», «Внутри медиа», «Печатные СМИ», «Телевидение», «Радио», «Интернет», «Обобщение» [<http://mediaosvita.org.ua/index.php/novyny/podii/196-prezentovano-pershu-v-ukraini-on-lain-hru-z-mediaosvity-mediaznaiko>]. В игровой форме для школьников предоставлена возможность создать газету, стать автором

собственного медиаконтента. Таким образом, данная онлайн-игра способствует не только задаче получения новых знаний в области медиа и медиакультуры, но и развитию способности аудитории к пониманию, восприятию и анализу языка медиа, а также развитию умений создавать и распространять собственные медиатексты.

Литература

- Баканов Р.П. Картографирование системы медиакритики в общероссийской печати последнего десятилетия XX века // Тонус. Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2006. № 13. С. 5–48.
- В Киеве создан центр «Медиареформы»// Электронные вести, 26.06. 2002. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://elvisti.com/node/25933>.
- Волошенко О.В. В Украине и Николаеве внедряется медиаобразование / МК.МІК.UA – Николаевская информационно-аналитическая интернет-газета. 18.01.12. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.mk.mk.ua/gubric/social/2012/01/18/05864>.
- Иванов В.Ф. Массовая коммуникация. Киев: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. 902 с.
- Концепция внедрения медиаобразования на Украине. Электронный ресурс. Режим доступа: http://ispp.org.ua/news_44.htm.
- Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореф. ... д-ра фил. наук. СПб., 2003. 40 с.
- Онкович А.В. Медиаобразование в использовании интегрированного пространства знаний // Психолого-педагогический поиск: научно-методический журнал. Рязань, 2009. № 4 (12). С. 68–75.
- Онкович А.В. Медиаобразование в Украине: современное состояние и перспективы развития. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=18125&chapter=1>.
- Онкович А.Д. Концептуальное поле украинских учебных программ медиаобразовательной направленности. Электронный ресурс. Режим доступа: http://mim.org.ru/phocadownload/onkovich_ad.pdf.
- Титова Л.А. Увидел свет первый в Украине учебник медиаобразования // Медиа. Информация. Коммуникация. 2013. № 4. <http://mic.org.ru/4-nomer-2012/160-uvidel-svet-pervyj-v-ukraine-uchebnik-mediaobrazovaniya>.
- Федоров А.В. Медиаобразование в России и Украине: сравнительный анализ современного этапа развития (1992-2008) // Медиаобразование: вчера и сегодня. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2009. С. 70-96.
- Федоров А.В., Левицкая А.А., Чельшева И.В., Мuryюкина Е.В., Григорова Д.Е. Медиаобразование в странах Восточной Европы. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 140 с.
- Федоров А.В. Украинское медиаобразование сегодня // Magister Dixit. 2012. № 2.
- Хмеленко Э. Медиакритика на Украине: информационно-политический ресурс? Электронный ресурс. Режим доступа: <http://moyuniver.net/mediakritika-na-ukraine-informacionno-politicheskij-resurs>.

References

- Bakanov, R. Mapping of media criticism in the press nationwide last decade of the twentieth century // *Tonus*. 2006. № 13, pp. 5-48.
- Fedorov, A. Media Education in Russia and Ukraine: A Comparative Analysis of the current stage of development (1992-2008) // *Media Education: yesterday and today*. Moscow: ICOS UNESCO "Information for All", 2009, pp. 70-96.
- Fedorov, A. Ukrainian media education today // *Magister Dixit*. 2012. № 2. <http://md.islu.ru>
- Fedorov, A., Levitskaya, A., Chelysheva, I., Muryukina, E., Grigorova, D. Media education in the countries of Eastern Europe. Moscow: ICOS "Information for All", 2014. 140 p.
- Ivanov, V. Mass communication. Kiev: Ukrainian Academy Press, Center for Free Press, 2013. 902 p.
- Khmelenko, E. Media criticism in Ukraine: information and political resources? <http://moyuniver.net/mediakritika-na-ukraine-informacionno-politicheskij-resurs>.
- Kiev center "Media Reforms" // *Digital lead*, 26.06. 2002. <http://elvisti.com/node/25933>.
- Korochensky, A. Media criticism of the theory and practice of journalism. Ph.D. Dis. St. Petersburg, 2003.
- Onkovich, A.D. Conceptual field Ukrainian media education curriculum orientation. http://mim.org.ru/phocadownload/onkovich_ad.pdf.
- Onkovich, A.V. Media education in the use of an integrated knowledge space // *Psycho-Pedagogical Flock: scientific-methodical journal*. Ryazan, 2009. № 4 (12), pp. 68-75.
- Onkovich, A.V. Media education in Ukraine: current state and prospects of development. <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=18125&chapter=1>.
- The concept of integration of the media in Ukraine. http://ispp.org.ua/news_44.htm.
- Titov, L. Saw the first in Ukraine textbook Media Education // *Media. Information. Communication*. 2013. № 4. <http://mic.org.ru/4-nomer-2012/160-uvidel-svet-pervyj-v-ukraine-uchebnik-mediaobrazovaniya>.
- Voloshenyuk, O. In Ukraine and Nikolaev introduced media education / *MK.MIK.UA - Nicholas Information and Online Newspaper*. 18.01.12. <http://www.mk.mk.ua/rubric/social/2012/01/18/05864>.



Проблемы медиакультуры

Творческий портрет медиакритика Л.А. Аннинского*

Р.В. Сальный,
кандидат педагогических наук,
Таганрогский институт имени А.П. Чехова

Аннотация. В статье рассматривается творчество литературного критика, кинокритика и писателя Льва Александровича Аннинского. Проанализированы его эстетические, культурологические, философские взгляды. Приведены примеры аналитических и критических статей и рецензий, раскрывающих историческое видение автора.

Ключевые слова: Аннинский, медиакритика, кинокритика, кинематограф, культура, история, эстетика, медиаобразование, медиаграмотность.

** статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 14-18-00014 «Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов», выполняемый в Таганрогском государственном институте управления и экономики.*

Media Culture problems

Creative portrait of media critic Lev Anninsky

Dr. Roman Salny,
Anton Chekhov Taganrog Institute

Abstract. The article considers the work of the literary critic, film critic and writer Lev Anninsky. The author analyzed its aesthetic, cultural, philosophical views, the examples of analytical and critical articles and reviews, the media education function of Anninsky's works.

Keywords: Anninsky, media criticism, film, cinema, culture, history, aesthetics, media education, media literacy.

Лев Александрович Аннинский – литературный критик, кинокритик, эссеист, писатель, член союза российских писателей. Карьеру критика он начал в 1956 году в журнале «Советский Союз». Затем публиковался в журналах «Знамя», «Дружба народов», «Литературное обозрение»,

«Искусство кино» и других. До 1999 года был членом комитета Букеровской премии России, с 1997 вошел в комиссию по государственным премиям при президенте РФ. В последнее время ведет на телеканале «Культура» передачи о судьбах писателей и поэтов. В 2004 году за авторский сценарий к одному из циклов под названием «Серебро и чернь» получил премию ТЭФИ.

Книги Льва Александровича посвящены различным явлениям культуры: от бардовской песни до шедевров отечественной литературы и кинематографа, от советской и современной поэзии до проблем межнационального взаимодействия и места России в мире.

В кинокритицизме Л.А. Аннинский анализирует картины многих отечественных авторов, не только известных и опытных кинематографистов, но и дебютантов. Его интерес распространяется как на высокопрофессиональные работы, затрагивающие сложные исторические, национальные проблемы, так и менее удачные и серьезные, но отражающие новые тенденции в социуме.

Л.А. Аннинский как медиакритик, литературовед написал более двух десятков книг и сотни статей, в которых подробно анализирует произведения литературы, поэзии, кинематографа. Как кинокритик он пишет рецензии, анализирующие авторские замыслы, метафоры, стилевые особенности; очерки, описывающие появление новых картин и актуальность их тематики; этюды, содержащие зарисовки к сюжетным линиям киноповествований. В журнале «Дружба народов» Лев Александрович ведет рубрику, где затрагивает философские, политические, социальные и другие темы. В заметках встречаются, например, описания поведения и общения лондонцев («Кое-что о Лондоне...»), комментарии суждений У. Черчилля («Одиннадцать остроумий Черчилля о России...»), историко-политические размышления («Политика и этнос в объятиях современной истории»).

Л.А. Аннинский анализирует медиатексты, с одной стороны, с точки зрения их художественно-смыслового содержания, с другой, - оценивает как явления культурного процесса. В своих статьях он философски осмысливает события общественной и политической жизни нашей страны, раскрывая их культурологические источники и корни, вечное и сиюминутное.

В книгах и публикациях Л.А. Аннинского объемно и широко представлены литературный, кинематографический и культурный процессы России разных времен. Его погружение в мир русской литературы и кинематографа очень многопланово: от анализа социальных типажей, вписывающихся в реалии времени или выпадающих из них, естественности и подлинности событий, до исторических параллелей, связывающих культурные явления единой духовной нитью. На этих уровнях организуется единство и завершенность, где проглядывают глубинные слои русского

сознания. Даже в самых простых действиях и поступках Лев Александрович умудряется увидеть мотивы, основания которых лежат глубоко в русском характере и психологии. Причем это сделано органично и естественно, что дает читателям возможность ощутить и понять свойственное природе русского человека.

Работы Л.А. Аннинского интересны культурологам и филологам, учителям литературы и медиапедагогам, а также всем читателям и зрителям произведений отечественной литературы и кинематографа. Учителя и преподаватели, использующие в работе с учащимися фильмы, могут применять приводимые примеры анализа стилистических и художественных, смысловых и идейных сторон художественных экранных произведений.

В книгах Л.А. Аннинского подробно описаны и рассмотрены жизненные события писателей, политические ситуации и философско-идеологические направления в литературных кругах, повлиявшие на их творчество. Автор откровенно делится переживаемыми чувствами к персонажам своих книг и статей.

Большое количество рецензий написаны автором сразу вслед еще не остывшим зрительским впечатлениям. При этом Лев Александрович с присущей ему интеллигентностью показывает глубокие и прочные связи между жизненными событиями и явлениями. Его реакция на тот или иной фильм вписывается во время, воссоздавая и указывая на его целостность, поддерживая его течение. Но это не то течение, которое с бешеной скоростью уносит с собой все важное и ценное, в этом течении проявляются корни и истоки современности в культурно-исторических недрах.

Некоторым впечатлениям от просмотренных кинолент Лев Александрович дает время остыть и улечься, чтобы найти контекст, в котором они будут правильно осознаны. Это относится к фильмам 1990-х годов, осмысляющих новую реальность новыми средствами.

Одну из своих книг Лев Александрович назвал «Поздние слезы. Заметки вольного зрителя» [Аннинский, 2006]. В ней собраны небольшие статьи и очерки о кинокартинах, снятых в основном отечественными режиссерами в период с 1986 по 2006 годы. «Поздние слезы» по ушедшему времени, которое из современной реальности представляется в светлых тонах, и которое, по мнению автора, было очень нужным нашей стране. Отсюда и авторский вопрос ко многим кинорежиссерам и киносценаристам: зачем искажать действительность? Зато у своих любимых режиссеров Аннинский видит подлинность времени (фильмы В.Ю. Абдрашитова, А.Ю. Германа, О.Д. Иоселиани, Г.А. Панфилова, А.Н. Сокурова).

Л.А. Аннинский начинает рецензирование фильма с краткого описания истории его создания, авторских мотивов и переходит к поиску

ассоциативных связей действий, образов, эпизодов, сюжетов, встречающихся в других кинематографических, литературных, а иногда и изобразительных произведениях, обнаруживая стилистические и композиционные сходства. Развивая мысль, автор переходит к анализу художественной мира, в котором живут герои, сравнивает его с реальной действительностью. Сравнение позволяет найти в стилистике отображение подлинности чувств, свойственных определенному историческому времени.

Иногда рецензии начинаются с перечисления социальных типажей, моделей их поведения, идей кинематографистов, подводящих к основному названию киноленты, озвученному в заключении.

Нередко Лев Александрович переходит к спору с создателями кинокартин, формулирует свое отношение к присутствующим в них символам, мотивировкам, смыслам.

В финале рецензии автор, как правило, выводит признак времени, ставит вопрос, либо выдвигает гипотезу, отсылает к вечным вопросам или проблемам. Ведь настоящее искусство не дает ответов, оно всматривается в реальную действительность, во внутренний мир с тем, чтобы представить вещи такими, какие они есть на самом деле. Л.А. Аннинский следует тому же принципу. Он представляет идеи создателей произведений, намечая значение этих идей в нашей культурной судьбе, и избегая однозначных выводов.

Лев Александрович держится в стороне от политики и не ищет аргументов в поддержку какой-либо из политических сторон. Скорее, ему ближе позиция: зло порождает зло. То есть сегодняшний медийный мир, к сожалению, раздувает даже мирные противоборства до страшных извращенных форм, не говоря уже о конфликтных ситуациях в бытовой или политической сфере. Л.А. Аннинскому, вероятно, близка такая позиция: истина рождается не в споре, а в диалоге. Самый главный аргумент Аннинского – логика исторических событий, заключающаяся в том, что меняются эпохи, а природа человека остается той же. А еще ему присуща осторожность в высказывании окончательных версий, так как любому событию необходима проверка временем.

Лев Александрович поддерживает один из актуальных тезисов понимания современными исследователями сущности медиа: «ни одно искусство не знает такой свободы манипулирования человеком, как кинематограф» [Аннинский, 2006, с. 414]. Доводы Л.А. Аннинского вполне ясны: в восприятии произведений литературы, живописи, скульптуры реципиент достраивает идеи, образы до целого в своем сознании; в восприятии кинофильма целое уже есть и давит всей своей мощью на

зрителя. Поэтому автор не стремится определить в своих статьях точный диагноз, событиям, но ищет их корни.

Наверное, в понимании свободы как внутреннего свойства, способного удерживать человека от споров и борьбы за превосходство, обнаруживается главный аргумент авторской позиции. Так Лев Александрович с философским очарованием и эстетическим удовольствием анализирует фильмы Вадима Абдрашитова. Автору нравятся стиливые особенности и мировоззрение режиссера, а главное – его способность передать подлинность времени с признаками уходящих и приходящих ценностей.

Даже в неудавшихся, по мнению Л.А. Аннинского, произведениях он находит эстетически и художественно ценные кадры и образы. И с особой любовью пишет об актерах и актрисах, обладающих внутренним благородством и внешним обаянием.

Анализируя фильмы, Лев Александрович как бы восстанавливает время их рождения и жизни, с уходящими в историю корнями и перспективами в будущем. Так он открывает временную бездну, где вещи наполняются смыслом, создает цепочку, связывающую отдельные произведения искусств между собой.

Л. А. Аннинский прорисовывает типажи персонажей вслед за авторами произведений в поиске их места в культурном пространстве, где они естественны и натуральны. Если же этого места не находится, то действия персонажа оборачиваются фарсом. Он также ищет в культурном пространстве почву, которая питает душевные силы персонажей, раскрывает их природу, внутреннюю сущность, демонстрируя понимание того, что меняющиеся условия жизни и политические режимы не изменят этой природы, а человеку самому побороть ее бывает не под силу. И быть может, он порой в чем-то идеализирует кинематографистов, писателей, поэтов и их героев.

Льву Александровичу не свойственны крайности в оценках произведений литературы и кинематографа. Ему ближе понимание души русского человека, национального характера, корней исторических и природных, влияющих на российскую жизнь в разные времена. Л.А. Аннинский посредством описания удавшихся у авторов изображений естественности и натуральности вещей, проникает в природные закономерности самой реальности, столетиями складывающиеся в исторических традициях и обычаях, осевшие в русском характере. В деталях и мелочах он видит целые пласты сознания, заставляющие действовать человека определенным образом.

В книге «Три еретика» Лев Александрович находит и отмечает самое важное художественное открытие П.И. Мельникова-Печерского: «русский

человек потому и укрепляет себя с неукоснительной внешней жесткостью и мелочной цепкостью, что внутри души своей чувствует гибельную, предательскую мягкость; он потому так круто, так крепко сцепляет внешние границы своего бытия, что внутри нет границ» [цит. по: Аннинский, 1988, с.204]. В этой характеристике слышится и оправдание русского человека, и понимание парадоксальных противоречий, свойственных русской душе.

Л.А. Аннинский вчитывается и всматривается в каждую деталь литературного и кинематографического текста, пытается разглядеть тончайшие оттенки переживаний и смыслов, стремится раскрыть индивидуальность авторского замысла. Даже в медиатекстах «второго ряда» он выискивает значительные по философской глубине идеи, не притягивая их при этом со стороны, а, находя внутри отдельных кадров и образов, основных сюжетных линий и тем.

Лев Александрович видит смысл жизни в прохождении пути через страдания, в которых человек очищается от плотской страстности, что дает пищу и материал для искусства. У многих писателей и режиссеров Л.А. Аннинский находит и описывает переживание и понимание становления человека на пути к себе через страдания. И здесь важна сама атмосфера, в которой происходит эта внутренняя борьба: в противном случае получается кич как отсутствие атмосферы «вакуум, в котором движутся поразительно точно воссозданные муляжи, это встреча материальных тел в страшном сне» [Аннинский, 2006, с. 73].

Атмосфера для Льва Александровича представляется одной из важных для поиска смыслов. В ней он отыскивает сначала отзвуки смыслов и идей, а затем, в общих тональностях открывает изображение глубинных тем. Ведя за собой, Л.А. Аннинский погружает читателя в «воздушные» сферы произведения, показывая тонкие грани их взаимопроникновения или отторжения. Последнее встречается чаще: «ощущение души, парящей в пустоте, ищущей контакта и опоры, не находящей опоры» [Аннинский, 2006, с. 76]. Такой, например, видит автор атмосферу «Астенического синдрома» К. Муратовой.

Лев Александрович находит в сюжете «Всадника по имени смерть» К.Г. Шахназарова эпизоды, где просвечивает русская душа, но на которую режиссер не обращает внимания. «Из одного визита вдовы убитого великого князя, которая пришла в камеру к Каляеву пожалеть и простить убийцу, – можно извлечь бездны русского мученичества» [Аннинский, 2006, с. 376]. В этих-то моментах и таятся ответы на вопрос: откуда в народе такая жажда царской крови? Но на него, по мнению критика, режиссер как раз и не дает ответ, увлекаясь «голливудскими стандартами»: перестрелками, взрывами, покалеченными телами и т.п.

Л.А. Аннинский ищет определение движущим силам нашей культуры в произведениях искусства. В статье о ленте Н.Н. Досталая «Штрафбат» он пишет: «на дне русской души веками копится смутное ощущение всеобщей вины и ожидание кары за неизбежный блуд души» [Аннинский, 2006, с. 386]. Философский поиск выводит автора на сюжеты, схожие с сюжетами М.К. Мамардашвили, который писал: «Решающий внутренний психологический и социальный механизм русской, российской культуры можно, я думаю, выразить несколькими словами: всегда – завтра, всегда – вместе и всегда – в один сверкающий звездный час» [Мамардашвили, 1995, с.34]. Эту «соборность» Лев Александрович и пытается разглядеть в кинолентах некоторых мастеров отечественного экрана.

В своих чувствах Л.А. Аннинский признается честно и искренне, не расплываясь в сентиментальностях, но выражая уважение к авторам. При этом нельзя сказать, что Лев Александрович скуп на похвалы: такими эпитетами как «великий художник», «великий режиссер», «мастер», он одаривает А.А. Тарковского, В.Ю. Абдрашитова, А.Ю. Германа, О.Д. Иоселиани, Г.А. Панфилова, А.Н. Сокурова.

Если говорить о вопросах, которые интересуют Аннинского, то один из наиболее значительных и часто встречающихся: что с нами происходит? Этот вопрос был очень важен, например, для А.А. Тарковского, и Лев Александрович находит место в культурном пространстве современности духовному отзыву режиссера, отвечающему на проблемы сложной устроенности реальности. Например, в статье «Попытка очищения?» в сопоставлении мироощущений А.А. Тарковского и современных режиссеров Л.А. Аннинский обнаруживает только ему присущее видение бесповоротности исторических событий, сдавливающих своими объятиями силы человеческой души: чистоту, бескорыстие, красоту, любовь: «драма индивида знает узловые, судьбоносные моменты, когда решается (или рушится) ее контакт с миром, с землей, с родиной. ... Бывает любовь, растворенная в гордости, в преданности, в верности. Бывает любовь-боль» [Аннинский, 2006, с. 58-59]. В этой катастрофе А.А. Тарковский проникновенно изображает глубину человека, бесконечно ищущего утрачиваемую связь с миром. В своей статье о А. Тарковском Лев Александрович отмечает аскетичность, безудержность и непримиримость в стремлении его к идеалу и заключает: Тарковский – художник чистых линий и стихий... глядевший в глаза бездне [Аннинский, 2006, с. 59].

Л.А. Аннинский стремится более к изображению индивидуальных стилевых особенностей режиссеров, художественных находок, чем к критическому осуждению их творческих промахов или недостатков. Так в статье о фильме В. Абдрашитова Лев Александрович отмечает ту

внутреннюю особенность художественного мироощущения, которую он ищет в художниках: «очень важно, что в «Охоте на лис», простит или не простит герой своего обидчика, но важнее, что ни тот, ни другой не умеют прощать... очень важно, хороший или плохой мальчик показан в фильме «Плюмбум», но важнее то, что мы не хотим знать и не умеем понять, не имеем критерия определить нравственную истину» [Аннинский, 2006, с. 65]. Автор призывает своего читателя к осознанию собственной причастности к разрушительным процессам, развернувшимся в нашей стране под влиянием тоталитарной идеологии.

Л.А. Аннинский более душой за Россию. В комментариях к фильму С. Говорухина «Россия, которую мы потеряли» чувствуется желание Льва Александровича понять корень российских проблем. Он повторяет мысль И. Ильина – православного философа, посвятившего свои труды красоте русской природы, истории и культуре: «советская власть – лишь закономерное оформление того недуга, которым болела Россия на протяжении столетий» [Аннинский, 2006, с.147]. Философское проникновение в пласты русской культуры и истории помогает взглянуть на проблему «потерянной России» широким взглядом и с большим количеством неоднозначных вопросов. Ведь однозначности здесь не найти: «Русская душа – потемки». Самый главный вывод: «Спасет – терпеливый, кропотливый труд. На протяжении поколений» [Аннинский, 2006, с. 148]. Мы не хотим трудиться, пишет Лев Александрович. «Мы» – он повторяет неоднократно, и возлагает ответственность за «потерянность» на всех нас.

При всем этом Л.А. Аннинский в какой-то степени защищает СССР от ругательств кинематографистов, которым она предоставляла возможности работать и творить: «Ничего этого не было бы, наверное, если бы гигантская мировая Держава не обеспечила некоторый комфорт своим трубадурам. Посмеиваться над этой Державой... неблагодарно, да и не разумно» [Аннинский, 2006, с. 212].

Автор настаивает на человеческой красоте и достоинстве, которые подвергаются давлению злобных мыслей и действий, он противится изображению опустошенной и потерянной России в фильмах 1980-х- 1990-х, если их авторы забывают сложную и многовековую историю, культуру, веру в идеалы, наложившие свой отпечаток на коллективную психологию. Он пишет, что «народ у нас, особенно «низовой», действительно склонен к уравнительности и круговой поруке; свобода, неотделимая от «бардака», будит в наших людях страшные инстинкты...» [Аннинский, 2006, с. 208]. Анализируя документальный фильм «Звонок из России», Лев Александрович отмечает: «по окраинам доживают свой век люди, когда-то положившие силы, молодость, надежду – в основание державы. Той державы

нет. Осколки есть» [Аннинский, 2006, с. 204]. В комментариях слышится грусть о потерянности благородства, высоких идеалов.

Но не почвенничество проглядывает в мыслях и идеях Л.А. Аннинского, а любовь к глубокой русской душе. Он ревниво относится к искажениям на экране советской/российской действительности. Для него очень важен честный взгляд авторов. Отсюда в статьях и множество критических замечаний в адрес авторов, неверно толкующих психологию советских/российских людей.

Лев Александрович называет «шестидесятников» поколением идеалистов, имея в виду, что они последние, верившие в светлые идеалы. В одной из своих статей он характеризует себя: «я неисправимый и неразоружившийся шестидесятник... я несомненный и нераскаянный советский человек... Моя жизнь – это русская культура, русской государство» [Аннинский, 2006, с. 123]. Именно в шестидесятые наступила оттепель, повеявшая свободой. Время, в котором можно было слышать голос индивидуальности, личности, почувствовать порыв к искренности. В этих характеристиках обнаруживает себя стремление к свободе свойственной шестидесятнику и русскому, аскетизм советского человека. Как русского его волнует место человека в мире, в истории, потому как без своего места человек не может жить полно, являя глубину своего естества.

Отсюда и еще один сюжет статей Л.А. Аннинского – пустота и полнота времени, жизни. Он искренне откликается на темы русской неустроенности, прагматичности. В его статьях чувствуется испытываемое им удовольствие от угадывания создателями произведений этих черт русской жизни: «Как же это по-русски! Обругать через запертую дверь, а потом с улыбкой выйти и одарить... Водопровод отключить и потащить баки в руках» [Аннинский, 2006, с. 137].

В книге «Шестидесятники и мы» Аннинский детально проанализировал появление новых тем, в которых как продолжение слышалось то, о «чем прокричало наше кино в "Журавлях"... Я ничего не понял тогда, только почувствовал: что-то подломилось во мне, что-то началось... Началось с "Журавлей"» [Аннинский, 1991, с.105, с.6]. В самом деле, «Летят журавли» – единственный в истории нашего кинематографа фильм, увенчанный золотой пальмовой ветвью Каннского кинофестиваля. Эта картина оказала взрывной эффект на зрителей, критиков, киноведов: зрители лили слезы и сострадали, критики путались в чувствах и не могли дать им точного определения, киноведы увидели появление нового стиля. Но главное в том, что впервые показана измена и прощение, с таким надрывом человеческих чувств, которые дают полное оправдание главной героине,

совершившей эту измену. В этом выразилась свобода, которую почувствовали шестидесятники, дышать которой они стремились.

Лев Александрович анализирует причины колоссального влияния фильма «Летят журавли» на наш кинематограф. Это и операторские открытия, и актерские работы, но особо значительной стала тема драматизма личности: «человек в горниле истории. История – через личность. Драматическая судьба личности – и железная логика истории» [Аннинский, 1991, с.49], вот идеи, раскрывавшиеся в нашем кинематографе 1960-х годов, следующим за «Журавлями» - идеи свободы личности, выбирающей свою судьбу, которые были особенно близки шестидесятиникам.

В названиях рецензий Л.А. Аннинского есть символизм, указывающий на историческую перспективность сюжетов, ирония, тонко оценивающая неумелость кинематографистов, или настаивающая на лирические комментарии. В некоторых заглавиях отражается («Хермер, мужики!», «Я обмэр» и др.) восклицательное изумление от внезапно ворвавшейся в наш быт новой реальности, заполняющей своей пустотой всё вокруг.

В текстах Льва Александровича нет засилья киноведческих научных оборотов и терминов, он переходит кинометафор к сюжетным поворотам, к анализу отношения этих сюжетов к культурным и историческим процессам. Л.А. Аннинский описывает время, перечисляя его приметы, найденные, подмеченные им в фильмах, сравнивает, отдавая автору авторское, а реальности реальное. Конечно при этом трудно избежать субъективности, но на помощь приходит чутье человека, проникшегося русской культурой от «верха» до «низа», где «верх» – Л.Н. Толстой, а «низ» – Ф.М. Достоевский. Не в буквальном смысле, а, конечно, в художественно-символическом.

В статьях Льва Александровича редко встречаются прямые цитирования, хотя местами имеются ссылки на мнения писателей, поэтов, кинорежиссеров, киноведов, критиков и других исследователей культурной сферы нашей жизни. В основном это мнения о социальных изменениях, взгляды на кинопроцесс и оценки отдельных работ, опираясь на которые, автор определяет место явлений в пространстве нашей культуры.

Л.А. Аннинский приводит цитаты для того, чтобы передать общее настроение аудитории и критиков. Сопоставляя различные мнения, он наводит читателей на мысль, что нет завершенных оценок для произведений искусств, а есть культурный процесс, где одни явления особо значительны и влиятельны, а другие менее существенны. В своих книгах Лев Александрович использует прямые цитаты и ссылки, скрупулезно восстанавливая библиографические подробности судеб писателей, поэтов, кинорежиссеров, о которых ведет повествование. Он восстанавливает

атмосферу той реальности, в которой складывалось их мировосприятие и художественный стиль.

На наш взгляд, тексты публикаций Льва Александровича могут быть полезны на занятиях по медиаобразованию. Имея в поле критической мысли произведения литературы, поэзии, кинематографа, музыки, Лев Александрович приводит аналогии их стилевых и тематических особенностей, выявляет основания их появления в определенном историческом времени и культурном контексте. Опираясь на этот материал, можно успешно формировать у учащихся знания по истории и теории медиакультуры.

Сама по себе медиакритика (созидательной направленности), полезна любому желающему лучше понять мир авторов произведений разных видов и жанров, а медиатексты Л.А. Аннинского представляют бескрайние возможности для погружения в художественные миры и трезвое осмысление различных сторон объективной реальности. Анализ исторических, политических, социальных, психологических и других причин актуальности тем, раскрываемых Л.А. Аннинским в художественных текстах или кинофильмах на определенном культурно-историческом этапе, может лечь в основу деятельности по развитию аналитических способностей у учащихся.

Отношение Льва Александровича к отечественной истории и культуре может послужить основой для развития способностей и к идеологическому анализу. Описывая идеологическую борьбу власти против поэтов, писателей и режиссеров, автор раскрывает мотивы их действий, мировоззренческие установки, отношение к политической системе. При всех трагедиях в их судьбах, он отмечает положительные моменты советской власти (например, духовная мобилизация советского народа в войне против гитлеровской Германии). Это представляет богатый материал для работы с учащейся молодежью в направлении их идеологического воспитания.

В рецензиях и статьях Л.А. Аннинский моментами переходит к диалогу с авторами кинолент, ставя перед ними и читателями проблемные вопросы. Такие диалоги с успехом можно продолжить в аудитории с учащимися, активизируя их к поиску ответов на вопросы и решению проблемных ситуаций, формируя у них медиакомпетентность.

Экскурсы в историю литературы и кинематографа, описания событий из жизни писателей и кинорежиссеров представляют богатый материал, весьма полезный для просветительской и образовательной деятельности с учащимися. Л.А. Аннинский, описывая в художественных текстах и кинокартинах образы, символы, метафоры, раскрывает атмосферу русской жизни, русского характера. Часто в своих публикациях он приводит ассоциации между художественными и смысловыми контекстами, делает

образные обобщения, находя внутреннюю связь вещей в их эстетической сущности, что можно, на наш взгляд, также с успехом использовать для эстетического и художественного развития учащихся.

Лев Александрович не усугубляет споров, приводя к мирному сосуществованию различных по духу художников, писателей, кинематографистов, критиков и других представителей культурной жизни нашей страны. Моральный настрой автора всегда позитивен и созидателен. С воспитательной точки зрения в его книгах и публикациях можно найти много мыслей и переживаний необходимых для этического воспитания.

Литература

- Аннинский Л.А. Кое-что о Лондоне. 2014 // <http://magazines.russ.ru/druzhba/2014/8/29an.html>
- Аннинский Л.А. Одиннадцать острот Черчилля о России. 2014 // <http://magazines.russ.ru/druzhba/2014/6/17a.html>
- Аннинский Л.А. Поздние слезы. Заметки вольного кинозрителя. М.: Эйзенштейн-центр, ВГИК, 2006. 432 с.
- Аннинский Л.А. Политика и этнос в объятиях современной истории. 2014. // <http://magazines.russ.ru/druzhba/2014/5/24a.html>
- Аннинский Л.А. Серебро и чернь: русской, советское, славянское, всемирное в поэзии Серебряного века. 2013 // <http://silverage.ru/wp-content/uploads/2013/07/Lev-Aninskyi.pdf>
- Аннинский Л.А. Три еретика. Повести о А. Ф. Писемском, П. И. Мельникове-Печерском, Н. С. Лескове. М.: Книга, 1988. 352 с.
- Аннинский Л.А. Шестидесятники и мы. Кинематограф, ставший и не ставший историей. М.: Киноцентр, 1991. 255 с.
- Мамардашвили М.К. Лекции о Прусте (психологическая топология пути). М.: Ad Marginem, 1995. 548 с.

References

- Anninsky, L.A. Eleven jokes Churchill about Russia. 2014 // <http://magazines.russ.ru/druzhba/2014/6/17a.html>
- Anninsky, L.A. Late tears. Notes freestyle moviegoer. Moscow: Eisenstein Center, Film Institute, 2006. 432 p.
- Anninsky, L.A. Politics and ethnicity in the embrace of modern history. 2014. // <http://magazines.russ.ru/druzhba/2014/5/24a.html>
- Anninsky, L.A. Silver and Black: Russian, Soviet, Slavic, world poetry of the Silver Age. 2013 // <http://silverage.ru/wp-content/uploads/2013/07/Lev-Aninskyi.pdf>
- Anninsky, L.A. Sixties and We. Cinema, which became not become history. Moscow: Cinema Centre, 1991. 255 p.
- Anninsky, L.A. Something about London. 2014 // <http://magazines.russ.ru/druzhba/2014/8/29an.html>
- Anninsky, L.A. Three heretic. Tale of AF Pisemsky, PI Melnikov-Pechersky, Nikolai Leskov. Moscow: The Book, 1988. 352 p.
- Mamardashvili, M.K. Lectures on Proust (psychological topology path). Moscow: Ad Marginem, 1995. 548 p.



Проблемы медиакультуры

Технология герменевтического анализа советских анимационных медиатекстов второй половины 1940-х годов на тему «холодной войны»

*А.В. Федоров,
доктор педагогических наук, профессор,
Таганрогский институт имени А.П. Чехова,
mediashkola@rambler.ru*

Аннотация. Эпоха «холодной войны», породившая взаимную идеологическую конфронтацию коммунистических и капиталистических государств, охватывала все категории медиатекстов, включая мультипликационные/анимационные. Мультфильмы использовались властью как рычаги донесения необходимых конфронтационных идей в привлекательной фольклорной, сказочной упаковке, дабы воздействовать не только взрослому, но и на детскую аудиторию.

Ключевые слова: медиаобразование, анимация, мультфильм, холодная война, идеология, медиатекст.

Media Culture problems

Technology of the hermeneutical analysis of Soviet animation media texts of the second half of the 1940s on the topic of "cold war"

*Prof. Dr. Alexander Fedorov,
Anton Chekhov Taganrog Institute,
mediashkola@rambler.ru*

Abstract. Abstract. The period of "cold war", engender mutual ideological confrontation communist and capitalist states, covering all categories of media texts, including cartoon / animation. Cartoons used as levers of power required reports confrontational ideas attractive folklore, fairy pack, that affect not only adults but also children audience.
Keywords: media education, animation, cartoon, cold war ideology media text.

В наших предыдущих работах [Федоров, 2008; 2011; 2012 и др.] мы не раз обращались к *технологии герменевтического анализа медиатекстов*

[Эко, 1998; 2005; Есо, 1976; Silverblatt, 2001, p.80-81]. На сей раз в качестве примера будут использоваться советские анимационные медиатексты на тему «холодной войны». *Анализ данных медиатекстов, на наш взгляд, будет полезен для медиаобразовательных задач при обучении будущих историков, культурологов, искусствоведов, социологов, филологов, психологов, педагогов.*

Технология герменевтического анализа советских анимационных медиатекстов второй половины 1940-х годов на тему «холодной войны»

Место действия, исторический, культурный, политический, идеологический контекст

А. Исторический контекст

a) место действия медиатекстов: США, неназванные страны.

b) время создания медиатекстов: анализируемые нами мультипликационные фильмы создавались во второй половине 1940-х годов.

c) как тогдашние события влияли на медиатексты? d) какие события происходили во время создания медиатекстов? Как знание исторических событий помогает пониманию медиатекстов?

Эпоха «холодной войны» стала источником создания множества как антисоветских / антикоммунистических, так и антизападных / антибуржуазных медиатекстов в рамках временного интервала 1946-1991 годов (после того, как 5 марта 1946 года У.Черчилль произнес свою знаменитую Фултонскую речь, содержащую резкую критику политики СССР, а в августе-сентябре 1946 года по инициативе И.В.Сталина были приняты «антикосмополитические» постановления «О журналах «Звезда» и «Ленинград», «О репертуаре драматических театров и мерах по их улучшению» и «О выписке и использовании иностранной литературы»).

Общий социокультурный, политический и идеологический контекст второй половины 1940-х годов:

- восстановление разрушенной войной российской экономики путем напряжения всех людских ресурсов;
- бурное развитие военной промышленности, ядерных разработок, оснащение многих заводов трофейным оборудованием;
- установление тоталитарных режимов, полностью зависимых от Кремля практически во всех странах Восточной Европы;
- возвращение к практике массовых репрессий (борьба с космополитизмом, антисемитская компания и т.д.).

И тут, думается, прав выдающийся русский философ и политолог Д.П. Кончаловский, на основе анализа советского общества пришедший к выводу, что Россия в 1930-х – 1940-х годах превратилась «в иерархически построенное общество абсолютистско-полицейского типа с классовым разделением,

иерархической бюрократией, строгой дисциплиной, отсутствием свободы, личных прав. Как бы вычеркнут 19 век. Возврат к 18 и даже к 17 веку. Это по сути. Но по видимости, в угоду эпохе и недавним привычкам, создается и всячески поддерживается декорация демократии и свобод. Она нужна как для внутреннего, так и для внешнего употребления. Чтобы создать такую двойственность и противоречие нужно одурманить, запутать людей. Отсюда пропаганда, усиленная на каждом шагу (чтобы не дать людям опомниться и одуматься), отсюда пресечение контакта с людьми, увидевшими Запад, их обезвреживание по мере возможности, отсюда «железный занавес» [Кончаловский, 1969, с.24-25].

Бесспорно, даже в эпоху пика «холодной войны» — как в США, так и в СССР — были медиатексты и с положительными персонажами страны «вероятного противника». В СССР позитивно очерченные зарубежные герои в основном появлялись в экранизациях литературной классики, действие которых разворачивалось в прошлом (во всяком случае — до 1917 года). Что же касается западных персонажей периода 1940-х, то они встречались в советских медиатекстах при условии их антиимпериалистических, антибуржуазных взглядов и поступков, а еще лучше — прямой поддержки коммунистических идей.

Однако, конечно же, большинство советских медиатекстов на тему современной западной жизни в разгар «холодной войны» создавалось с целью изобличения и обвинения буржуазного мира и империализма.

В этом отношении весьма любопытна переключка реальных событий по обе стороны «железного занавеса». Да, можно согласиться с М.И.Туровской в том, что «атмосфера взаимной подозрительности, хамства, цинизма, страха, сообщничества и разобщенности, окрасившая последние годы сталинизма и полностью вытесненная из отечественной «темы», могла реализоваться лишь в конструкции «образа врага» [Туровская, 1996, с.106]. Но, увы, весьма похожая атмосфера, несмотря на все американские демократические традиции, возникла и в процессе «охоты на ведьм», развязанной примерно в те же годы сенатором Дж. Маккарти по отношению ко многим тогдашним голливудским режиссерам и сценаристам, обвиненным в сочувствии к коммунизму и СССР. При этом обе эти взаимно враждебные тенденции нашли похожие медийные версии, где подлинные факты в той или иной степени сочетались с идеологической и эстетической фальсификацией.

Можно с уверенностью утверждать, что медийный образ западного врага сформировался в СССР (как, впрочем, и образ советского врага в западных медиатекстах, направленных против СССР) еще в 1920-х – 1930-х годах и в дальнейшем эффективно эксплуатировался в течение многих десятилетий: в подавляющем большинстве это был образ захватчика/агрессора,

чужого/иноверца, шпиона/преступника, варвара/дегенерата, а если и интеллектуала, то опять-таки враждебного, злобного и жестокого.

Помимо всего прочего, внешняя угроза была «удобным оправданием внутренних неурядиц и противоречий в социально-экономическом и политическом строе, которые в иной ситуации могли восприниматься жителями СССР как свидетельство его несовершенства» [Фатеев, 1999], ибо сталинский социализм с его «приемами и порядками, с созданным им общественным укладом, бытом и общественной психикой стал возможен в России лишь потому, что он *mutatius mutandis*, с соответствующими времени вариациями степеней и качеств возродил традиционный тип общежития, для которого характерным является господство беспощадного и всепоглощающего государства» [Кончаловский, 1969, с.17].

В этом контексте так называемый План Маршалла, разработанный в 1947 году госсекретарем США Дж. К. Маршаллом, трактовался советской пропагандой как угроза социалистическому лагерю. План Маршалла действовал в странах западной Европы (Великобритании, Франции, Западной Германии, Италии, Нидерландах) с 1948 по 1951 год и стал, как известно, одним из наиболее эффективных экономических проектов по возрождению разрушенных войной государств. Разумеется, миллиардные вложения в развитие Европы были сопряжены с политическими условиями антикоммунистической направленности. Отсюда понятно, что в СССР План Маршалла был воспринят враждебно, и советские медиа конца 1940-х были наводнены статьями, направленными против этой акции.

Идеологическая пропаганда эпохи холодной войны не могла обойти и художественную сферу жизни в СССР. Так в дополнение к Постановлениям Политбюро ЦК ВКП(б) «О журналах «Звезда» и «Ленинград» [Постановление..., 1946], «О репертуаре драматических театров и мерах по их улучшению» [Постановление..., 1946] в феврале 1948 года вышло Постановление Политбюро ЦК ВКП(б) «Об опере «Великая дружба» В. Мурадели», где обличались композиторы, «в творчестве которых особенно наглядно представлены формалистические извращения, антидемократические тенденции в музыке, чуждые советскому народу и его художественным вкусам. Характерными признаками такой музыки является отрицание основных принципов классической музыки, проповедь атональности, диссонанса и дисгармонии, являющихся якобы выражением «прогресса» и «новаторства» в развитии музыкальной формы, отказ от таких важнейших основ музыкального произведения, какой является мелодия, увлечение сумбурными, невропатическими сочетаниями, превращающими музыку в какофонию, в хаотическое нагромождение звуков. Эта музыка сильно отдает духом современной модернистской буржуазной музыки Европы и Америки,

отображающей маразм буржуазной культуры, полное отрицание музыкального искусства, его тупик» [Постановление..., 1948].

Более того, в апреле-мае 1949 года в СССР был разработан специальный «План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время», предусматривавший «систематическое печатание материалов, статей, памфлетов, разоблачающих агрессивные планы американского империализма, антинародный характер общественного и государственного строя США, развенчивающих басни американской пропаганды о «процветании» Америки, показывающих глубокие противоречия экономики США, лживость буржуазной демократии, маразм буржуазной культуры и нравов современной Америки» [План..., 1949].

И надо отметить, что все три антизападных мультфильма, снятые в 1949 году, — «Скорая помощь», «Мистер Уолк» и «Чужой голос» — полностью отвечали задачам данного плана. В первом из них разоблачалось коварство Плана Маршалла, во втором — алчность и лживость американской буржуазии, а в третьем — тлетворность и формализм джазовой музыки.

В. Идеологический, политический контекст

Каким образом медиатексты отражают, укрепляют, внушают или формируют ту или иную идеологию?

Понятие «холодная война» тесно связано с такими понятиями, как «информационно-психологическая война», «идеологическая борьба», «политическая пропаганда», «идеологическая пропаганда», «пропаганда» (здесь и далее под «пропагандой» мы будем понимать целенаправленное регулярное медийное внедрение в массовое сознание той или иной идеологии для достижения того или иного намеченного социального эффекта) и «образ врага». По справедливому определению А.В.Фатеева, «образ врага» — идеологическое выражение общественного антагонизма, динамический символ враждебных государству и гражданину сил, инструмент политики правящей группы общества. ... Образ врага является важнейшим элементом «психологической войны», представляющей собой целенаправленное и планомерное использование политическими противниками пропаганды в числе прочих средств давления для прямого или косвенного воздействия на мнения, настроения, чувства и поведение противника, союзников и своего населения с целью заставить их действовать в удобных правительству направлениях» [Фатеев, 1999].

В этом смысле в мультфильмах «Скорая помощь», «Мистер Уолк» и «Чужой голос» ощутим ясный пропагандистский посыл, направленный на то, чтобы убедить аудиторию в том, что:

- План Маршалла построен на коварном замысле американских империалистов под маской экономической помощи обобрать и ввергнуть в нищету население европейских стран («Скорая помощь»);
- даже притворяясь на какое-то время пацифистом, западный буржуй рано или поздно обнаружит свою агрессивную, алчную сущность («Мистер Уолк»);
- навязываемая Западом дисгармоничная и развязная «музыка толстых» (джаз и т.п.) должна быть бескомпромиссно отвергнута истинными ценителями музыкальной классики и подлинно народных мелодий («Чужой голос»).

В целом идеологический и политический контекст мировоззрения, изображенного в антизападных советских мультфильмах 1949 года можно, наверное, представить следующим образом (ключевой вопрос — изображение мира западных персонажей, принадлежащих к правящим кругам или персонажей, находящихся под западным влиянием — изображение мира простых персонажей):

Таблица 1. Идеология и политический контекст мировоззрения, изображенного в антизападных советских мультфильмах эпохи холодной войны

Ключевые вопросы	Изображение мира западных персонажей, принадлежащих к правящим кругам или персонажей, находящихся под западным влиянием	Изображение мира простых персонажей
<i>Какова идеология мира, представленного в медиатексте?</i>	Империалистическая, буржуазная идеология.	Идеология выживания в волчьем мире («Скорая помощь»), идеология борьбы за традиционную музыку против вредных иноземных влияний («Чужой голос»).
<i>Какова степень оптимизма / пессимизма мировоззрения персонажей данного медиатекста?</i>	Высокая степень самоуверенно-оптимистичного мировоззрения.	Низкая («Скорая помощь») и высокая («Чужой голос») степень оптимистичности мировоззрения (в «Мистере Уолке» простых персонажей нет совсем).
<i>Какова иерархия ценностей мировоззрения персонажей данного медиатекста?</i>	Богатство — власть — удовольствия, развлечения	Безбедное существование («Скорая помощь»), наслаждение традиционной мелодикой («Чужой голос»).
<i>Что означает иметь успех для персонажей</i>	Это значит быть агрессивным	Это значит суметь выжить в волчьем мире («Скорая

<p><i>данного медиатекста? Каким образом достигается этот успех? Какое поведение персонажей медиатекста вознаграждается? Насколько оно стереотипно?</i></p>	<p>империалистом, алчным и лживым буржуа («Скорая помощь», «Мистер Уолк»), любителем диссонанса и дисгармонии в музыке («Чужой голос»). Персонажи стремятся достичь данного успеха любыми доступными им способами — лживой пропагандой, вооруженной агрессией, настойчивым внедрением в массы модернистской музыки. Такой тип поведения — в зависимости от замысла авторов медиатекста — либо приводит к желанной цели («Скорая помощь», «Мистер Уолк»), либо терпит крах («Чужой голос»). В целом персонажи стереотипны, однако могут обладать и некоторыми индивидуальными чертами (например, мистер Уолк поначалу надевает на себя маску пацифиста)</p>	<p>помощь»), победить в борьбе с пропагандистами вредной иноземной музыки («Чужой голос»). В этом персонажи стереотипны, однако могут обладать и индивидуальными чертами (например, доверчивость зайчишки из «Скорой помощи»).</p>
---	--	--

С. Культурный контекст

Каким образом медиатексты отражают, укрепляют, внушают, или формируют культурные отношения, ценности, мифы.

В качестве продуктов массовой/популярной культуры, советские мультфильмы 1949 года на тему конфронтации с западным образом жизни опирались на фольклорные и сказочные источники, в том числе на традиционные сказочные представления о волках как о негативных и злобных существах, сороках – как бестолковых балаболках, зайцах как вечных жертвах хищных животных и пр. Таким образом, в «Скорой помощи» и «Чужом голосе» фольклорно-сказочные имиджи зверей и птиц переносились на западные и советские ценностные представления, помогая укреплению имиджа Запада как вражеского и чуждого СССР.

В частности, мультфильм «Чужой голос» по отношению трактовки джаза вполне отчетливо переключается с базовой для эпохи «холодной

войны» советской книги с красноречивым названием «Музыка духовной нищеты», где четко сказано, что «задача современной джазовой музыки прямо противоположна задачам народно-танцевальной и песенной музыки. Она не возбуждает сильные, жизнерадостные чувства, а, напротив, гасит и подавляет их. Она не увлекает порывистой страстностью, но гипнотизирует мертвенной, холодной механистичностью своих ритмов, бедственным однообразием и скудностью музыкального материала. И даже когда ее назначение — действовать в качестве возбудителя, она прибегает только к оглушающим истерическим воплям» [Городинский, 1950, с.81].

Д. Жанровые модификации: в основном – сатира.

Г. Базовые драматургические стереотипы медиатекстов:

- в мир простых персонажей вторгаются представители западных ценностей: экономических («Скорая помощь»), музыкальных («Чужой голос»), пытаются обмануть, завлечь, ограбить, испортить художественный вкус; однако — раньше или позже — простые персонажи понимают коварство этих акций и начинают с ними бороться;

- западные буржуазные персонажи могут на какое-то время прикинуться пацифистами («Мистер Уолк») или благодетелями («Скорая помощь»), однако, их негативная, звериная суть все равно выплывет наружу...

***Приемы изображения действительности (иконография)-
обстановка, предметы быта и т.д.***

Скромный облик простых персонажей; роскошная обстановка жизни западных буржуев. Быт западных капиталистов («Мистер Уолк») показан со значительной долей гротеска.

***Типология персонажей (их ценности, идеи, этика, одежда,
телосложение, лексика, мимика, жесты)***

Возраст персонажа: 50-60 лет (Мистер Уолк и его супруга), возраст персонажей-животных определить труднее, но, по крайней мере, они не старики...

Внешний вид, одежда, телосложение персонажа: персонажи одеты в зависимости от социального статуса, хотя бедный заяц получает поначалу от буржуев новый дорогой костюм (потом-то его, как и остальных зайцев ждет печальная судьба быть полностью ограбленным). Внешность простых персонажей, как правило, привлекательна, у «буржуинов» и их прихвостней, напротив, — отталкивающая...

Уровень образования: авторы не делают акцента на степени образованности своих персонажей.

Социальное положение, профессия персонажей: социальное положение персонажей-буржуев и простых персонажей (вне зависимости — люди, или животные) существенно отличается. Профессия персонажей акцентируется

только выборочно (алчные бизнесмены из «Скорой помощи» и «Мистер Уолка», певцы из «Чужого голоса»).

Семейное положение персонажей также зависит от конкретных сюжетов фильмов. Скажем, у Мистера Уолка семья есть, а вот зайчишке из «Скорой помощи» семью создать не удастся, так как понравившаяся ему молодая зайчиха считает его оборванцем...

Черты характера: алчность, жестокость, подлость, целеустремленность, враждебность, хитрость, сила (буржуазные персонажи); доверчивость, наивность, способность к сопротивлению буржуазным влияниям (простые персонажи). Буржуазные персонажи показаны злыми, грубыми и жестокими, с примитивной лексикой, активной жестикуляцией и неприятными тембрами голосов. Положительные персонажи, напротив, обладают приятными голосами (особенно Соловей из «Чужого голоса»). В целом характеры всех персонажей указанных выше медиатекстов прочерчены пунктирно, без углубления в психологию.

Ценностные ориентации (идейные, религиозные и др.) персонажа: во всех трех «конфронтационных» мультфильмах 1949 года у отрицательных персонажей четко проявлены буржуазные, империалистические, модернистские ценности в купе с ориентацией на насилие как средство решения проблем. Ценности положительных персонажей близки к «традиционно народным».

Поступки персонажа, его способы разрешения конфликтов: поступки персонажей продиктованы развитием упомянутых выше стереотипных фабул медиатекстов.

Существенное изменение в фабуле медиатекста и жизни персонажей, возникшая проблема, поиски решения проблемы

Обычная жизнь положительных персонажей прерывается активными действиями отрицательных персонажей. Возникшая проблема: в результате акций отрицательных персонажей жизнь («Скорая помощь») или художественные ценности («Чужой голос») положительных персонажей находятся под угрозой. И есть только один способ ее решения – борьба с отрицательными персонажами, их чуждым влиянием.

Выводы. Итак, мы попытались на примерах конкретных игровых фильмов нацистского кинематографа на русскую тему, сделать *герменевтический анализ* (Hermeneutic Analysis) – исследование процесса интерпретации медиатекста, культурных, исторических факторов, влияющих на точку зрения агентства/автора медиатекста и на точку зрения аудитории. При этом, конечно же, имелось в виду, что герменевтический анализ предполагает постижение медиатекста через сопоставление с исторической, культурной традицией и действительностью; проникновение в его логику;

через сопоставление медийных образов в историко-культурном контексте при сочетании исторического, герменевтического анализа со структурным, сюжетным, этическим, идеологическим, иконографическим/визуальным, анализом медийных стереотипов и персонажей медиатекста. В итоге мы пришли к выводу, что эпоха «холодной войны», породившая взаимную идеологическую конфронтацию коммунистических и капиталистических государств, охватывала все категории медиатекстов, включая мультипликационные/анимационные. Мультфильмы использовались властью как рычаги донесения необходимых конфронтационных идей в привлекательной фольклорной, сказочной упаковке, дабы воздействовать не только взрослому, но и на детскую аудиторию.

Фильмография

Мистер Уолк. СССР, 1949. Режиссер В. Громов. Сценаристы: В. Длугач, С. Романов (автор пьесы «Остров мира» - Е.Петров). Оператор М. Друян. Композитор Ю.Левитин.
Скорая помощь. СССР, 1949. Режиссер Л. Бредис. Сценарист А. Медведкин. Оператор Е. Петрова. Композитор Н. Пейко. Художник С. Белковская.
Чужой голос. СССР, 1949. Режиссер И. Иванов-Вано. Сценаристы: Д. Тарасов, М. Калинин. Оператор Н. Воинов. Композитор Ю. Никольский. Художники: Л. Мильчин, Н. Строганова.

Литература

Городинский В. Музыка духовной нищеты. М.: Музгиз, 1950. 139 с.
Кончаловский Д.П. Пути России. Париж: YMCA-PRESS, 1969. 261 с.
План мероприятий по усилению антиамериканской пропаганды на ближайшее время. М., 1949. РЦХИДНИ. Ф. 17. Оп. 132. Д. 224. Л. 48-52.
Постановление Политбюро ЦК ВКП(б) «Об опере «Великая дружба» В. Мурадели». М., 1948. 10 февраля.
Постановление ЦК ВКП(б) «О журналах "Звезда" и "Ленинград"». М., 1946. 14 августа
Постановление ЦК ВКП(б) «О репертуаре драматических театров и мерах по его улучшению». М., 1946. 26 августа.
Туровская М.И. Фильмы «холодной войны» // Искусство кино. 1996. № 9. С.98-106.
Фатеев А.В. Образ врага в советской пропаганде, 1945-1954. М.: Изд-во РАН, 1999.
<http://psyfactor.org/lib/fateev0.htm>
Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. М., 2012. 182 с.
Федоров А.В. Анализ культурной мифологии медиатекстов на занятиях в студенческой аудитории // Инновации в образовании. 2008. № 4. С.60-80.
Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998. 432 с.
Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста. СПб: Симпозиум, 2005. 502 с.
Eco, U. (1976). A Theory of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press.
Silverblatt, A. (2001). Media Literacy. Westport, Connecticut – London: Praeger, 449 p.

References

- Action plan to strengthen the anti-American propaganda in the near future. Moscow, 1949. RCHIDNI. F. 17. Op. 132. D. 224. L. 48-52.
- Decision of the Central Committee. On the magazines "Zvezda" and "Leningrad". Moscow, 1946. August, 14
- Decision of the Central Committee. On the repertory theaters and measures for its improvement." M., 1946. August 26th.
- Eco, U. A Theory of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press, 1976.
- Eco, U. Lack of structure. Introduction to semiology. St. Petersburg: Petropolis, 1998. 432 p.
- Eco, U. The role of the reader. Studies on the semiotics of the text. St. Petersburg: A Symposium, 2005. 502 p.
- Fateev, A.V. The image of the enemy in Soviet propaganda, 1945-1954. Moscow: Publishing House of the Academy of Sciences, 1999. <http://psyfactor.org/lib/fateev0.htm>
- Fedorov, A.V. Analysis of audiovisual media texts. Moscow, 2012. 182 p.
- Fedorov, A.V. Analysis of the cultural mythology of media texts in the classroom in the student audience // Innovations in Education. 2008. № 4, pp. 60-80.
- Gorodinsky, V. Music spiritual poverty. Moscow: Muzgiz, 1950. 139 p.
- Konchalovsky, D.P. Ways of Russia. Paris: YMCA-PRESS, 1969. 261 p.
- Resolution of the Politburo. On the opera "Great Friendship" of V. Muradeli. Moscow, 1948. February, 10.
- Silverblatt, A. Media Literacy. Westport, Connecticut - London: Praeger, 2001. 449 p.
- Turovskaya, M.I. Movies "cold war" // Cinema Art. 1996. № 9, p. 98-106.



Книжная полка

Медиаобразование: новые книги, статьи, авторефераты диссертаций

*В.И. Барсуков,
Союз кинематографистов России*

Аннотация. Статья посвящена обзору медиаобразовательных изданий последнего времени.

Ключевые слова: медиа, медиаобразование, медиаграмотность, издания.

Bookshelf

Media education: new books, articles, Ph.D. dissertations

Vladimir Barsukov

Abstract. Article is devoted to media education publications recently.

Keywords: media, media education, media literacy, publishing.

Издательские итоги 2014 года по тематике медиаобразования были, как обычно в последнее время, плодотворными. Только монографий и учебных пособий было издано полтора десятка. Число же журнальных статей перевалило за сотню.

В издательстве ЮНЕСКО вышел новый справочник по информационной грамотности в мире: Horton, F.W. (Ed.) Overview of Information Literacy Resources Worldwide. 2nd edition. Paris: UNESCO, 2014, 668 p.

Среди авторов данного издания – доктора педагогических наук Н.И. Гендина и А.В. Федоров. Они авторы разделов о России (профессор Н.И.Гендина), Украине, Грузии, Казахстане и Киргизии (профессор А.В.Федоров). Данное издание ЮНЕСКО можно бесплатно скачать по следующей ссылке <http://infolit.org/unescos-overview-of-information-literacy-resources-worldwide-2nd-ed-2014-2015/>

Кроме того, вышли из печати и размещены в библиотечном разделе портала www.mediagram.ru новые монографии А.В. Федорова, И.В. Чельшевой и Е.В. Мурюкиной:

Мурюкина Е.В. Эстетические традиции медиаобразования в современных киноклубах для школьников и студентов. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та имени А.П.Чехова, 2014. 226 с.

Чельшева И.В. Трансформация развития эстетической концепции в российском медиаобразовании (1960-2011). Таганрог, 2014. 220 с.

Чельшева И.В. Мир социальных сетей и семейное воспитание школьников: научно-популярное издание. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та имени А.П.Чехова, 2014. 128 с.

Федоров А.В. Трансформации образа России на западном экране: от эпохи идеологической конфронтации (1946-1991) до современного этапа (1992-2015). М.: Изд-во МОО «Информация для всех», 2015. 221 с. Издание 3-е, переработанное и дополненное
Адрес книги для бесплатного скачивания:

www.mediagram.ru/netcat_files/99/123/h_5541b4288f9076f94d319113ed74a514

Fedorov, A. Media Literacy Education. Moscow: ICO "information for all". 2015. 577 P.
Адрес книги для бесплатного скачивания:

www.mediagram.ru/netcat_files/99/123/h_1924fd602868e6dd3a7f1619dbe51f43

В республике Шри Ланка (Цейлон) вышла монография президента Ассоциации медиаобразования Республики Шри Ланка Vandula P. Dayaratna "Медиаграмотность" (Media Literacy), в которой на с.25-26, 93 рассказано о медиаобразовании в России. Данная монография - одно из первых изданий в Азии, в которой помимо международной панорамы дается анализ развития медиаобразования в Шри Ланка и Малайзии.

Dayaratna, V.P. Media Literacy. Preethipura: Ruwan Publication, 2014. 248 p.

Книги по тематике медиаобразования

Возчиков В.А., Арутюнян А.Ю., Манузина Е.Б., Немирич А.А., Коробкина Е.С. Медиаграмотность и детская тревожность. Бийск: Бия, 2014. 98 с.

Гольдбург А.М. Практикум по современному российскому телевидению. Учебное пособие. М.: Форум, 2015. 312 с.

Интеграция медиаобразования в условиях современной школы. Таганрог: ТГПИ, 2014.

Медиакультура и медиаобразование в поликультурном обществе / отв. ред. Т.В. Коваленко; редкол.: И. И. Горлова и др. М.: Перо, 2014. 160 с.

Мурюкина Е.В. Эстетические традиции медиаобразования в современных киноклубах для школьников и студентов. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та имени А.П.Чехова, 2014. 226 с.

Новые медиа в гуманитарном образовании / Под ред. М.С. Корнева. М.: РГГУ, 2013. 223 с.

Солдатова Г., Зотова Е., Лебешева М., Шляпников В. Интернет: возможности, компетенции, безопасность. Методическое пособие для работников системы общего образования. М.: Центр книжной культуры «Гутенберг», 2013. 165 с.

Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Директ-медиа, 2014. 618 с.

- Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: Директ-медиа, 2014. 62 с.
- Федоров А.В. Трансформации образа России на западном экране: от эпохи идеологической конфронтации (1946-1991) до современного этапа (1992-2015). Издание 3-е. М.: МОО «Информация для всех», 2015. 221 с.
- Федоров А.В., Чельшева И.В., Мурюкина Е.В., Горбаткова О.И., Ковалева М.Е., Князев А.А. Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы / Под ред. А.В. Федорова. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 267 с.
- Чельшева И.В. Мир социальных сетей и семейное воспитание школьников: научно-популярное издание. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та имени А.П.Чехова, 2014. 128 с.
- Чельшева И.В., Мурюкина Е.В. Развитие медиакомпетентности: работа со студентами и преподавателями вузов / под ред. И.В.Чельшевой. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та имени А.П.Чехова, 2014. 226 с.
- Чельшева И.В., Шалова С.Ю., Мышева Т.П. Профессиональная подготовка будущих магистров по программе «Организация работы в сфере массовых коммуникаций» / под ред. И.В. Чельшевой. Изд-во Таганрог. ин-та имени А.П.Чехова, 2014. 145 с.
- Чельшева И.В., Трансформация развития эстетической концепции в российском медиаобразовании (1960-2011). Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та имени А.П.Чехова, 2014.. 220 с.
- Шейбе С., Рогоу Ф. Медиаграмотність / ред. В.Ф. Иванов, О.В. Волощенко. К., 2014. 319 с.
- Федоров А.В., Левицкая А.А., Чельшева И.В., Мурюкина Е.В., Григорова Д.Е. Медиаобразование в странах Восточной Европы. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 140 с. <http://window.edu.ru/library/pdf2txt/036/80036/60450>
- Fedorov, A. Film studies in the university students' audience: from entertainment genres to art house. Moscow: ICO: Information for all, 2014. 232 p.
- Fedorov, A. Media Literacy Education. Moscow: ICO "information for all". 2015. 577 P. http://mediaeducation.ucoz.ru/_ld/9/995_Book_2015_Fedor.pdf

Статьи по тематике медиаобразования:

- Бадарацкий А.В., Григорьева И.В. Анализ положительных практик организации медиаобразования на уроке иностранного языка средствами «Google Apps» // Magister Aixit. 2014. № 1. <http://md.islu.ru/ru/journal/2014-1>
- Бакулева К.К. Психологические аспекты изучения политической медиакомпетентности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12: Психология. Социология. Педагогика. 2014. № 3. С. 121-127.
- Баранов О.А., Пензин С.Н. Кино и школа // Искусство и образование. 2014. № 1. С.87-113.
- Белицкая О.В. Обоснование двуединого результата развития образовательного медиапространства ссуза // Открытое и дистанционное образование. 2014. № 1. С. 94-99.
- Биккулова Г.Р. Развитие критического мышления в контексте медиаобразования // Дистанционное и виртуальное обучение. 2014. № 12 (90). С. 103-114.
- Бондаренко Е.А. Медиаобразование и медиаграмотность на современном этапе развития российского образования // Российско-американский форум образования. Электронный журнал. 2014. Vol. 6, Issue 1. <http://www.rus-ameeduforum.com/content/ru/?task=art&article=1001029&iid=18>
- Васильев И.В., Лаврентьев Г.В. Формирование медиаграмотности у учащихся старших классов на уроках истории на материале документального и художественного

- кинематографа // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. 2013. № 10. С. 332-334.
- Гендина Н.И. Медиаграмотность в структуре информационной культуры младших школьников // Российско-американский форум образования. Электронный журнал. 2014. Vol. 6, № 1. <http://www.rus-ameeduforum.com/content/ru/?task=art&article=1001026&iid=18>
- Горбаткова О.И. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в Белоруссии // Медиаобразование. 2014. № 4. С. 109-120.
- Григорьева И.В. Информационно-образовательное пространство вуза как фактор формирования медиакомпетентности будущего педагога // Crede Experto. 2014. № 2. <http://ce.if-mstuca.ru/wp-content/uploads/2014/05/grigoryeva.pdf>
- Гудилина С.И. «Восхождение на гору» медиаобразования // Российско-американский форум образования. Электронный журнал. 2014. Vol. 6, № 1. <http://www.rus-ameeduforum.com/content/ru/?task=art&article=1001025&iid=18>
- Елинер И.Г. Современная мультимедийная система и проблемы ее оптимизации // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 1. С. 27-31.
- Забродина И.В. Проблемы медиаобразования в начальной школе // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 26. С. 19-21.
- Зеленова А.Е. Необходимость медиаобразования в условиях современной медиасреды // Вопросы культурологии. 2014. № 2. и трудности // Школьные технологии. 2014. № 4. С.75-79.
- Иванова Л.А., Вербицкая О.М. Современный учитель: новые требования к профессиональным компетенциям и личностным характеристикам // Crede Experto. 2014. № 1. <http://ce.if-mstuca.ru/wp-content/uploads/2014/03/ivanova-verbitskaya.pdf>
- Ивлева Т.В. Некоторые особенности обеспечения информационной безопасности детей в России и Великобритании // Евразийский юридический журнал. 2014. № 1 (68). С. 139-142.
- Книжникова С.В. Медианасилие: «Бить или не бить?» // Народное образование. 2014. № 5. С. 193-199.
- Ковалева М.Е. Анализ диссертационных исследований по медиаобразованию периода перестройки // Дистанционное и виртуальное обучение. 2014. № 06 (84). С. 59-68.
- Ковалева М.Е. Медиаобразовательные модели периода перестройки // Инновации в образовании. 2014. № 11. С.146-156.
- Колесникова И.А. Новая грамотность и новая неграмотность двадцать первого столетия // Непрерывное образование: XXI век. 2013. № 2 (2). С. 109-122.
- Куниченко О.В. Медиаграмотность дошкольника как условие его противостояния экранному насилию // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. 2014. № 2. С. 121-128.
- Куниченко О.В. Мультипликационный фильм в системе средств медиаобразования дошкольников // Детский сад: теория и практика. 2014. № 9. С.58-67.
- Ле-ван Т.Н. Инновационные основы медиаобразования дошкольников в контексте модернизации российского образования // Инновационный менеджмент в дошкольном образовании. М.: МГПУ, 2014.
- Ле-ван Т.Н. Медиакомпетентность и здоровье ребенка в ракурсе дошкольного образования // Детский сад: теория и практика. 2014. № 9. С. 6-15.

- Левицкая А.А. Медиаобразование и реалити-шоу // Российско-американский форум образования. Электронный журнал. 2014. Vol. 6, Issue 1. <http://www.rusameeduforum.com/content/ru/?task=art&article=1001031&iid=18>
- Левицкая А.А., Горбаткова О.И. Медиаобразование в странах Европейского Союза на современном этапе // Медиаобразование. 2014. № 3. С. 93-97.
- Левицкая А.А., Федоров А.В. Показатели и способы оценивания эффективности внедрения модели, синтезирующей задачи медиаобразования и медиакритики // Медиаобразование. 2014. № 3. С. 65-84.
- Лисеев Р. П., Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста: ценностно-смысловое содержание практических занятий // Средства массовой информации в современном мире. СПб, 2014. С. 62-73.
- Льянова Л.М. Развитие медиакультуры личности студентов в юридическом образовании // Образование и наука. Известия Уральского отделения Российской Академии образования. 2014. № 9. С. 56-93.
- Машарова Т.В., Кузьмина М.В. Региональная программа медиаобразования школьников: цели и стратегические и тактические // Народное образование. 2014. № 1. С.149-155.
- Мещеряков А.С., Дмитриев Д.В. Формирование медиакомпетентности будущих учителей английского языка в процессе профессиональной подготовки // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 2. С. 254.
- Михалева Г.В. Культурологическая теория медиаобразования в британском варианте // Проблемы современной науки и образования. 2014. № 1 (19). С. 88-92.
- Михалева Г.В. Теория «критической автономии» Л. Мастермана – основа современного медиаобразования в Великобритании // Проблемы современной науки и образования. 2013. № 3 (17). С. 152-157.
- Молчанова Т.В. Состояние проблемы формирования медиакомпетентности студентов технического вуза в теории и практике профессионального образования // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2014. № 5 (88). С. 255-259.
- Мурашкина Н.А. Теоретические предпосылки развития медиаобразования в отечественной педагогической мысли (вторая половина XX века) // Sworld. 2014. Т. 14. № 1. С. 68-72.
- Мурашкина Н.А., Григорьева И.В. Анализ научно-публикационной активности педагогов Восточной Сибири в области медиаобразования (начало XXI века). <http://ce.ifmstuca.ru/wp-content/uploads/2014/11/grigoryeva-murashkina.pdf>
- Мурюкина Е.В. Анализ медиаобразовательных видеолекций профессора Имре Сиярто для венгерских студентов // Медиаобразование. 2014. № 3. С. 85-89.
- Мурюкина Е.В. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в Казахстане // Дистанционное и виртуальное обучение. 2014. № 12 (90). С. 23-34.
- Мыгаль М.С. Детский телевизионный контент и информационная безопасность дошкольников // Детский сад: теория и практика. 2014. № 9. С. 46-57.
- Немова О.А., Бурухина А.Ф. Мультипликационные фильмы как средство формирования семейных духовно-нравственных ценностей // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2014. № 1. С. 152-173.
- образования // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. Олейник Н.В., Тупичкина Е.А. Психолого-педагогические основы формирования зрительской культуры у детей старшего дошкольного возраста // Детский сад: теория и практика. 2014. № 9. С. 68-75.

- Паранина Н.А. Педагогическая технология развития медиакультуры студентов в системе дистанционного обучения // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. № 1 (27). С. 252-254.
- Паранина Н.А. Медиаобразование как средство развития медиакультуры студентов // Педагогическое образование и наука. 2014. № 1. С. 80-83.
- Петрова С.В. Медиатворчество как педагогическая категория в зарубежных и отечественных исследованиях: историко-теоретический аспект // Педагогика искусства. 2014. № 1.
- Печинкина О.В. Медиаобразование дошкольников в Финляндии // Детский сад: теория и практика. 2014. № 9. С.106-115.
- Подлесный К.А. Анализ фильмов-экранизаций фантастического жанра на занятиях со студентами // Медиаобразование. 2014. № 3. С. 38-44.
- Подлесный К.А. Модель процесса медиаобразования студентов на материале аудиовизуальных медиатекстов фантастического жанра // Дистанционное и виртуальное обучение. 2014. № 4. С. 73-79.
- Подлесный К.А. Педагогический потенциал аудиовизуальных медиатекстов фантастического жанра // Инновации в образовании. 2014. № 3. С. 151-161.
- Подлесный К.А. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Латинской Америки // Медиаобразование. 2014. № 4. С. 145-155.
- Поляничко З.А. Медиаобразование в контексте информатизации школьного образования в республике Польша в условиях евроинтеграции // Технологический аудит и резервы производства. 2014. № 1. С.42-44.
- Расходова И.А. Развитие культуры критического мышления студентов при работе с интернет-ресурсами за рубежом // Образование и саморазвитие. 2014. № 3 (41). С. 102-106.
- Сальный Р.В. Медиавосприятие как философская и психологическая проблема // Медиаобразование. 2014. № 3. С. 24-37.
- Сальный Р.В. Ресурсы медиатекстов в преодолении клипового мышления школьников // Народное образование. 2014. № 6. С.193-202.
- Семенов В.И., Семенова Е.В. Медиатекст в современном образовательном пространстве // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сборник научных статей. 2014. Т. 5. № 5. С. 184-190.
- Спирина А.В. Культура телевосприятия как средство нивелирования у дошкольников тревожности возникшей под влиянием просмотра ими телепередач со сценами насилия // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2014. Т. 20. № 1. С. 83-86.
- Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. Монография / Москва, 2013.
- Федоров А.В. Массовое медиаобразование в современной России: реальные достижения и трудности // Школьные технологии. 2014. № 4. С. 75-79.
- Федоров А.В. Медиаобразование будущих педагогов. Монография / Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование в педагогических вузах. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование и медиакомпетентность. Сборник учебных программ для вузов. Москва, 2013.

- Федоров А.В. Медиаобразование и медиакомпетентность. Сборник учебных программ для вузов / Таганрог, 2009.
- Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Монография / Москва, 2013.
- Федоров А.В. Медиаобразование: социологические опросы. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране. Монография / Москва, 2013.
- Федоров А.В. Светская и теологическая медиаобразовательные модели // Медиаобразование. 2012. № 5 (35). С. 54-68.
- Федоров А.В. Украинские повстанцы 1940-х – 1950-х годов в экранной версии Олеся Янчука: медиакритический анализ // Медиаобразование. 2014. № 4. С. 156-163.
- Федоров А.В. Учебное пособие для медиапедагогов-практиков // Медиаобразование. 2013. № 3. С. 116-119.
- Федоров А.В. Экологическая тема в российском игровом киноискусстве звукового периода: проблемы и тенденции. Москва, 2013.
- Федоров А.В. Экологическая тема в российском игровом киноискусстве звукового периода: проблемы и тенденции. Таганрог, 2003.
- Федоров А.В., Левицкая А.А. Модель, синтезирующая задачи медиаобразования и медиакритики для эффективного развития медиакомпетентности и аналитического мышления будущих педагогов, их целенаправленной подготовки к медиаобразованию школьников // Дистанционное и виртуальное обучение. 2014. № 10 (88). С. 94-110.
- Франко Г.Ю. Поиск смысла и идеалов бытия // Перспективы науки и образования. 2014. № 5 (11). С. 65-72.
- Хилько Н.Ф. Социально-культурное воздействие экранной информации как механизм аудиовизуального творчества // Искусство и образование. 2014. № 2. С. 117-125.
- Ходимов Д.Б. К вопросу о информационной безопасности в СМИ Республики Таджикистан // Вестник университета. 2012. №1 (36). С. 230.
- Худякова А.В., Шабанова Е.А. Медиаобразование в научном дискурсе: институциональные характеристики и функциональный потенциал // Научные исследования и разработки молодых ученых. 2014. № 2. С. 27-30.
- Чельшева И.В. А.В.Федоров – талантливый педагог, учёный, наставник // Crede Experto. 2014. № 3. <http://ce.if-mstuca.ru/wp-content/uploads/2014/11/fedorov-about.pdf>
- Чельшева И.В. Анализ методологических и теоретических аспектов масс-медиа, определяющих основные тенденции и перспективы эстетически ориентированного медиаобразования в России // Crede Experto. 2014. № 1. <http://ce.ipkro-38.ru/issue1/>
- Чельшева И.В. Основные тенденции развития российской медиапедагогики с учетом использования опыта британского медиаобразования: историко-методологические аспекты проблемы // Crede Experto. 2014. № 3. <http://ce.if-mstuca.ru/wp-content/uploads/2014/10/chelysheva.pdf>
- Чельшева И.В. Практика медиаобразования: формы, методы и приёмы занятий в школе и вузе // Crede Experto. 2014. № 3. <http://ce.if-mstuca.ru/wp-content/uploads/2014/11/chelysheva4.pdf>
- Чельшева И.В. Сетевые интернет-ресурсы и проблемы кибербезопасности дошкольников // Детский сад: теория и практика. 2014. № 9. С.100-105.
- Чельшев К.А., Чельшева И.В. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов во Франции // Медиаобразование. 2014. № 4. С. 121-130.

- Юркевич Л.Н. Структурно-функциональная модель формирования иноязычной медиакомпетентности // Дискуссия. 2014. № 6. С.124-130.
- Chelyshev, K.A., Chelysheva, I.V. Synthesis of Media Criticism and Media Education in Education of Pupils and Students in Poland // Журнал Министерства народного просвещения. 2014. № 1. С. 46-53.
- Fedorov A. Analysis of media stereotypes of the Russian image in media studies in the student audience (example: the screen versions of Jules Verne's novel "Michael Strogoff") // European researcher. 2014. № 9-2 (83). С. 1718-1723.
- Fedorov A.V. Media education: sociology surveys. Taganrog, 2007.
- Fedorov A.V. Russian image of the modern western screen: case film studies (2 films of S.Spielberg and J.Stelling) // European researcher. 2013. № 6-2 (53). С. 1764-1771.
- Fedorov, A. Russian Ural and Siberian Media Education Centers // European Journal of Contemporary Education. 2014. Vol.(10). № 4, pp. 215-227.
- Fedorov, A. Analysis of Media Stereotypes of the Russian Image in Media Studies in the Student Audience (example: the screen versions of Jules Verne's Novel "Michael Strogoff") // European Researcher, 2014, Vol.(83), № 9-2, pp. 1718-1724.
- Fedorov, A. Hermeneutic Analysis of Soviet Feature Films of 1941-1942 on the Military Theme // European Researcher. 2014, Vol. 69, N 2-2, p.358-371.
- Fedorov, A. Media Education in Russia: Past and Present // European Researcher. 2014, Vol. 67, N 1-2, p.168-175.
- Fedorov, A. Media education literacy in Russia: past and present perspectives. *Media Education – Studi, ricerche, buone pratiche*. 2013. Vol. 1. N 1, pp. 14-31.
- Fedorov, A. Media Education Literacy in the World: Trends // European Researcher. 2014, Vol. 67, N 1-2, p.176-187.
- Fedorov, A. Media Education: Opinions of Russian Teachers // European Researcher. 2014. Vol. 87. № 11-2, pp. 2022-2034.
- Fedorov, A. Moscow Media Education Centers for Non-professionals in the Media Fields // European Researcher. 2014, Vol. 69, N 2-2, p.176-187.
- Fedorov, A. Nazi Feature Films on the Russian Topic: Hermeneutic Analysis // European Journal of Social and Human Sciences, 2014, Vol. 3, № 3, pp.111-117.
- Fedorov A. Russia. In: Silverblatt, A. (Ed.). *The Praeger Handbook of Media Literacy* (in 2 volumes). Santa Barbara, California and Oxford, England : Praeger, 2014, pp.918-929.
- Fedorov, A. Russian and Western Media Literacy Education Models // European Researcher, 2014, Vol. 73, № 4-2, pp. 764-780. URL: http://www.erjournal.ru/journals_n/1399226869.pdf
- Fedorov, A. Russian Image on the Federal Republic of Germany Screen // European Researcher. 2014, Vol. 77, N 6-2, p.1194-1212.
- Fedorov, A. The Opinions of Russian School Students and Teachers about Media Violence // European Researcher, 2014, Vol. 73, № 4-2, pp. 781-804.
- Fedorov A. Ukraine. In: Silverblatt, A. (Ed.). *The Praeger Handbook of Media Literacy* (in 2 volumes). Santa Barbara, California and Oxford, England : Praeger, 2014, pp.941-946.
- Levitskaya, A. Regional Media Education Centers (for non-professionals in the media fields) in the European Part of Russia // European Journal of Contemporary Education, 2014. Vol.(10). № 4, pp. 239-252.
- Mescheryakov A.S., Dmitriev D.V. The development of media competence of future English teachers during vocational training // Modern problems of science and education. 2014. № 2. <http://www.science-education.ru/en/116-12842>

Авторефераты:

Борисова Т.В. Развитие информационной культуры младших школьников в пространстве воспитания. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2014. 29 с.

Ворохоб Ю.А. Формирование перцептивной культуры студентов вуза средствами визуального искусства. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2014. 23 с.

Гончарова Т. В. Формирование медиакомпетентности у будущих менеджеров. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Челябинск, 2014.

Григорьева И.В. Информационно-образовательное пространство вуза как фактор формирования медиакомпетентности будущего педагога. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2014.

Жданько А.П. Дидактические особенности использования видеоконтентов при изучении иностранного языка в условиях дополнительного образования. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Ростов-на-Дону, 2014. 22 с.

Кузьмина М.В. Формирование медиакультуры учащихся в процессе создания ими образовательных видеоматериалов. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2014.

Лебедева С.В. Школьные издания как фактор развития медиаобразования в современной России. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. 2014.

Льянова Л.М. Развитие медиакультуры студентов - будущих юристов. Автореф. дис. ... пед. фил. наук. Владикавказ, 2014.

Маченин А.А. Развитие педагогического потенциала медиаобразования старшеклассников в условиях школьного медиацентра. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2014. 32 с.

Чеботарева Н.И. Педагогические условия формирования медиакомпетентности студентов вуза. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М., 2014. 32 с.

Черепанова Т.В. Влияние медиакоммуникаций на трансформацию публичной сферы в современной культуре. Автореф. дис. ... канд. фил. наук. 2014.

Правила представления статей авторами в журнал «Медиаобразование»

Внимание! С 2014 года журнал «Медиаобразование» выходит только в интернет-версии, с размещением по следующим адресам:

<http://www.mediagram.ru/mediaed/journal/>

[http://mediaeducation.ucoz.ru/load/zhurnal quot mediaobrazovanie quot/6](http://mediaeducation.ucoz.ru/load/zhurnal_quot_mediaobrazovanie_quot/6)

1. Принимаются к публикации статьи по следующей тематике: история, теория и практика медиаобразования / медиапедагогики, кинообразования; медиаграмотность / медиакомпетентность, медиавосприятие, социология медиаобразования и медиакультуры, рецензии на новые книги по указанной тематике.
2. Все статьи предоставляются по э-почте (tina5@rambler.ru) в формате Word, Times New Roman, 14, через 1 интервал, не более 10-12 стр.
3. Каждая статья сопровождается аннотацией на русском и английском языке (включая перевод названия статьи на английский язык).
4. Каждая статья сопровождается указанием ученой степени, звания, должности, учреждения, города автора статьи – на русском и английском языках.
5. Каждая статья сопровождается ключевыми словами на русском и английском языке (до 10 слов).
6. Подстраничные сноски не допускаются.
7. Ссылки в тексте обозначаются следующим образом: [Иванов, 2011, с.256-257], т.е. в квадратных скобках с указанием фамилии цитируемого автора.
8. Список литературы дается в алфавитном порядке (без нумерации) на ДВУХ языках (сначала - на русском, потом - в переводе на английский). Статьи БЕЗ списка литературы к публикации НЕ принимаются (за исключением коротких заметок о прошедших конференциях и иных актуальных событиях для раздела «Новости»).
9. Статьи по информатике и техническим средствам обучения (включая историю развития информатики и ТСО) к публикации НЕ принимаются.
10. Публикации в журнале «Медиаобразование» бесплатны для авторов, однако, редакция не имеет возможности выплачивать авторские гонорары.
11. Все присланные статьи рецензируются (анонимное рецензирование) и публикуются только после их экспертного допуска к публикации.

Статьи для публикации в журнале принимаются только по электронной почте tina5@rambler.ru

Media Education (Russian Journal): Publication Ethics and Publication Malpractice

The “Media Education” journal is committed to upholding the highest standards of publication ethics and takes all possible measures against any publication malpractices. All authors submitting their works to the “Media Education” journal for publication as original articles attest that the submitted works represent their authors’ contributions and have not been copied or plagiarized in whole or in part from other works. The authors acknowledge that they have disclosed all and any actual or potential conflicts of interest with their work or partial benefits associated with it. In the same manner the “Media Education” journal is committed to objective and fair double-blind peer-review of the submitted for publication works and to preventing any actual or potential conflict of interests between the editorial and review personnel and the reviewed material.

Articles for journal publication are accepted via email only. E-mail: tina5@rambler.ru