

Мурюкина Е.В. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в Казахстане // Дистанционное и виртуальное обучение. 2014. № 12. С. 23-34.

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

***Е.В. Мурюкина,
кандидат педагогических наук, доцент
Таганрогского института имени А.П. Чехова
(филиал Ростовского государственного экономического
университета)***

Аннотация: Статья посвящена практической реализации синтеза медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в Казахстане. Проанализировано состояние медиакритики и медиаобразования в Казахстане, определены его основные направления, тенденции их развития.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакритика, синтез, школьники, студенты, медиаграмотность, медиатекст, Казахстан.

** 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 институте управления и экономики.*

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

***Dr. Elena Muryukina,
Anton Chekhov Taganrog Institute
(branch of Rostov State University of Economics)***

Abstract: the Article is devoted to the practical implementation of the synthesis media criticism and media education in the learning process of pupils and students in Kazakhstan. We analyzed the state of media criticism and media education in Kazakhstan, defined the main directions of their development.

Keywords: media education, media criticism, synthesis, pupils, students, media literacy, media text, Kazakhstan.

Казахстан начал свою историю как независимое государство с 1991 года, до этого времени он входил в состав СССР. Поэтому можно утверждать, что история развития медиакритики и медиаобразования советского периода, методологическая основа, формы были едиными с другими субъектами Советского Союза. Так, казахстанские исследователи Л.С. Ахметова, А.В. Веревкин, Т.Ю. Лифанова [13], Н.А. Завалко, С.Г. Сахарева [15] в своих статьях указывают на то, что в основу современной деятельности медиаобразования и медиакритики заложен как опыт западных стран, так и современной России.

Учеными отмечается опора на советское наследие, которое оказало существенное влияние на формирование направлений, содержания, форм работы в этой области. Одним из центров медиакритики и

медиаобразования с советских времен в Казахстане был Казахстанский институт журналистики. Л.С. Ахметова отмечает: «мы гордимся тем, что в советское время Указом Президиума Верховного Совета СССР в 1937 году были организованы два первых в стране Коммунистических института журналистики (КИЖ) – в Алма-Ате и Свердловске. Наш факультет журналистики Казахского Национального университета им. Аль-Фараби является правопреемником КИЖ. Это нас ко многому обязывает» [1, с. 37].

Таким образом, использование уже имеющегося опыта, накопленного в период вхождения Казахстана в состав СССР, опора на труды российских и западных ученых позволяют исследователям разрабатывать теоретическую платформу современного медиаобразования и медиакритики. При этом, по мнению Л.С. Ахметовой, необходима «обязательная адаптация к казахстанским реалиям образования» [1, с. 37].

Тесные научные связи в области медиакритики и медиаобразования Казахстана и России, которые подчеркиваются в работах исследователей [1], [6], [13], позволяют нам взять за основу определения «медиакритики» и «медиаобразования» российских ученых А.П. Короченского [10] и А.В. Федорова [12]. Итак, мы будем опираться на следующие характеристики:

- **медиакритика** - «это область современной журналистики, осуществляющей критическое познание и оценку социально значимых, актуальных аспектов информационного производства в средствах массовой информации. Познавая и оценивая медиатексты, журналистская критика средств массовой информации оказывает влияние на восприятие медийного содержания его потребителями. Медиакритика изучает и оценивает подвижный комплекс многообразных взаимоотношений печатной и электронной прессы с аудиторией СМИ и обществом в целом, способствует внесению социально необходимых корректив в деятельность печатной и электронной прессы» [10, с. 8].

- **медиаобразование**, согласно определению А.В. Федорова, это «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники, обретения медиаграмотности» [12, с. 480].

Говоря об истории развития медиаобразования в Казахстане, отмечаем, что педагоги страны опирались на разработки О.А. Баранова, И.В. Вайсфельда, И.С. Левшиной, С.Н. Пензина, Ю.Н. Усова, А.В. Федорова. Особый интерес существовал к интегрированной форме медиаобразовательной деятельности, которая моделировалась и внедрялась Г.А. Поличко, Л.С. Зазнобиной, А.В. Спичкиным и др. Наши исследования показали, что такая тенденция, безусловно, с учетом адаптации материалов, разработок, концептуальных положений к казахстанской образовательной системе, актуальна и для современной медиапедагогике

Казахстана, что отражено в публикации Л.С. Ахметовой, А.В. Веревкина, Т.Ю. Лифановой [13].

История развития медиакритики в советский период была ограничена рамками идеологических установок. Так, Э.Г. Багиров, И.Г. Кацев отмечали, что «в условиях господства официальной идеологической догматики изучение влияния средств массовой информации и медийной аудитории было затруднено, в результате чего осмысление общественной роли телевидения (как и других СМИ) неизбежно несли отпечаток идейной ограниченности, односторонности» [3, с. 21]. В перестроечное время представления о характере связи СМИ и общества начали меняться, что нашло отражение в жанровом, тематическом спектре, схемах управления периодическими изданиями и другими масс-медиа, условиями их финансирования и т.д. Изучение сегодняшних казахстанских реалий показывает активное развитие медиакритики в этой стране. Мы считаем это связано с рядом факторов, среди которых выделяем:

- соответствие мировым тенденциям развития масс-медиа. Так, Т.Ю. Лифанова указывает на то, что «на протяжении определенного времени государственная информационная политика охватывала, главным образом, проблемы, связанные с деятельностью средств массовой информации. В последние 2-3 года его содержание изменилось в соответствии с международными стандартами и принципами попали отдельные элементы защиты прав граждан и организаций на общедоступную информацию, гарантированных Конституцией страны, а также некоторые аспекты информационной безопасности» [11, с. 257];

- требования информационного общества, которое подразумевает, вхождение Казахстана в мировое информационное пространство. При этом предполагается сохранение деятельности субъекта по актуализации и реализации собственных интересов в обществе посредством формирования, преобразования, хранения и передачи всех видов информации. Конечно, такая информационная политика подразумевает развитие медиакритики как необходимого компонента профессионального медийного пространства;

- выполнение Указа Президента Республики Казахстан (10.10.2006 г.) № 199 «Концепция информационной безопасности Республики Казахстан» [9], где определены важнейшие цели обеспечения информационной безопасности, которые заключаются в защите государственных информационных ресурсов, а также прав человека и интересов общества в информационной сфере; недопущении информационной зависимости Казахстана, информационной экспансии или блокады со стороны других государств.

Задачи по обеспечению информационной безопасности:

- «совершенствование национального законодательства в области информационной безопасности;

- разработка государственной политики обеспечения информационной безопасности, комплекса мероприятий и методов ее реализации;

- развитие системы обеспечения информационной безопасности, совершенствование ее организации, форм, методов и средств нейтрализации угроз информационной безопасности, ликвидации последствий ее нарушений» [9].

Учеными указывается, что «масс-медиа все активнее берут на себя обучающие, просветительские функции, становясь своеобразной «параллельной школой» для подрастающего поколения, которое все чаще называют «медийным». Пользуясь социологической терминологией, можно утверждать, что совокупность медийных технологий (СМИ, интернет, ИКТ и т.д.) превратилась в наиболее влиятельного агента социализации, и в этом плане менее «информатизированные» (бедные) регионы мира находятся в выигрышном положении, имея возможность результативно участвовать в формировании сознания будущих поколений» [6, с. 46].

Функции журналистики (различных форматов – телевизионного, радиого, прессы и пр.) сегодня вышли за рамки специфики ее деятельности, которая связана со сбором, переработкой и распространением информации, и расширились до функций, присущих другим видам сложной целенаправленной социальной деятельности в гуманитарной сфере. Для нее актуальны следующие функции (согласно типологии, предложенной А.П. Короченским) [10]:

- информационно-коммуникативная – то есть функция общения, в основе которой, по нашему мнению, лежат коммуникативные теории Г. Лассуэлла, П. Лазарсфельда, Р. Мертона и др. Она проявляется в том, что масс-медиа (пресса, телевидение, радио, Интернет и т.д.) передают информацию от коммуникатора к аудитории и должны стремиться к обратной связи;

- познавательная, подразумевающая изучение материальной и духовной действительности при подготовке медиатекста. В Казахстане, как, впрочем, и на территории бывшего Советского Союза, отмечается ослабление позиций этой функции. Современные казахстанские исследования, на которых мы базируемся, подчеркивают, что медиакритика направлена, в том числе и на укрепление этой функции, придания ей особого места при создании медиатекстов;

- регулятивная - находит отражение в медиакритике Казахстана. Она направлена на социальную адаптацию аудитории, способствует самоопределению и ориентации людей в обществе, выработке ценностного отношения к явлениям действительности и т.д. Мы видим, что современные научные исследования ориентированы на поддержание и развитие этой функции в создаваемых медиатекстах. Например, деятельность Ж. Жуманова [7; 8] направлена на изучение, разъяснение

читательской аудитории Программы повышения компьютерной грамотности населения Казахстана, реализация которой способствует повышению общего уровня компьютерной грамотности населения страны, обеспечивает широкое использование информационных систем в государственных органах и компьютеров в повседневной жизни граждан республики.

Поддержка в масс-медиа Программы снижения информационного неравенства, медиакритические статьи, в которых раскрываются механизмы реализации Программы, ход ее выполнения, формы контроля и т.д. создали предпосылки к ориентации аудитории в нормативных требованиях, актуальных в современном обществе. Ж. Жуманов отмечает: «осведомленность о Программе из месяца в месяц увеличивает число желающих пройти курс обучения, этим объясняется необходимость создания в регионах дополнительных компьютерных классов. Полученные отклики позволяют сделать вывод, что программа обучения чрезвычайно важна, доступна и обращена к широким слоям населения. Среди прошедших курсы – множество людей с ограниченными физическими возможностями и малообеспеченные слои населения, которым платные компьютерные курсы недоступны» [7, с. 41];

- просветительская (развивающая, культурно-образовательная) предполагает передачу аудитории накопленного социумом исторического и культурного опыта, научных знаний. Отметим, что после выхода из состава Советского Союза создалась социально-историческая ситуация, при которой наблюдалось подавление просветительской функции, стремящейся обеспечить историческую преемственность развитие общества, духовный рост представителей социума. Но сегодня, в том числе с помощью медиакритики такая преемственность восстанавливается, ученые во многих областях (например, в медиаобразовании) обращаются к опыту, достижениям советского периода и т.д. В медиакритических статьях [14] (на страницах прессы, программах телевидения, в Интернете) происходит освоение концепций, идей, форм медиаобразовательной деятельности стран Запада и СНГ, но в контексте понимания собственной национальной самобытности, духовного опыта, традиций, нравственных идеалов;

- социально-организаторская – функция побуждения людей к деятельности по преобразованию общества и природной среды. Наше исследование показало, что эта функция находит отражение в современной казахстанской медиакритике. Так, ответом на телевизионные передачи, статьи по проблеме труда несовершеннолетних детей в Казахстане стало проведение социологического исследования, анализ его результатов, публикация материалов по проблеме [2]. Авторы Л.С. Ахметова, С.Н. Ахметов, А.В. Веревкин, Т.Ю. Лифанова пишут, что «анализируя общественное мнение по вопросу о масштабности явления детского труда в Казахстане, можно сделать вывод, что в общественном сознании нет

однозначно сфокусированного мнения о границах и характере исследуемой проблемы. 1,6 % полагают, что данная проблема в республике отсутствует, тогда как 88,4 % опрошенных в целом убеждены в существовании «эксплуатации детей» [2, с. 282].

Российские ученые [10] условно выделяют несколько видов медиакритики – академический, корпоративный (профессиональный), и массовый. Мы говорим о степени условности, поскольку они имеют тесные и устойчивые связи между собой и «составляют одно из базовых свойств феномена медиакритики» [10, с. 39].

Представленные виды находят отражение в казахстанской медиакритике. Мы отмечаем достаточно высокий уровень академической медиакритики ([7; 8; 11 и др.), особенно, научно-публицистических исследований, аудиторией которых могут быть как ученые, так и представители медийной сферы. В них анализируются явления, процессы, проблемы, которые существуют в сфере казахстанских масс-медиа и их взаимодействии с аудиторией. В представленных исследованиях авторами проводились социологические исследования, в которых приняли участие как представители масс-медиа, эксперты, так и потребители медиaproдукции. Результаты позволили им констатировать степень, тенденции развития масс-медиа в стране, наметить направления дальнейшего изучения медийного пространства, разработать рекомендации, определить направления дальнейших исследований в области масс-медиа.

Корпоративная медиакритика направлена на профессионалов медиасферы – журналистов, телевизионщиков и т.д. Ее цель заключается в достижении максимального соответствия медиатекстов объективным социальным интересам, потребностям аудитории. Мы считаем, что данный вид медиакритики находит отражение в информационном пространстве Казахстана и представлен публикациями: Л.С. Ахметовой «Медиаобразование в Казахстане» [1], А.В. Веревкина, Т.Ю. Лифановой «Саморегулирование: потребности и приоритеты» [6], Т.Ю. Лифановой «Анализ информационно-коммуникативного пространства Казахстана: СМИ и информационная политика в условиях развития современного глобального общества» [11], Л.С. Ахметовой, А.В. Веревкина, Т.Ю. Лифановой «Медиаобразование в контексте развития казахстанской журналистики» [13].

Массовая медиакритика адресует свои медиатексты как представителям медиасообщества, так и потребителям медиaproдукции. В казахстанском опыте медиакритики мы находим отражение этого вида, но в меньшей степени, чем академического или корпоративного, например, деятельность и публикации Ж. Жуманова [7; 8].

Казахстанские ученые указывают, что современное информационное пространство требует корректировки как со стороны потребителей медиaproдукции, так и при помощи форм критической оценки

медiateкстов на основе «внутренних цензов». По мнению А.В. Веревкина и Т.Ю. Лифановой, этих изменений можно достичь с помощью развития медиаграмотности у населения и создания органов саморегулирования СМИ. «Формирование последних связано с более тесным сотрудничеством журналистского сообщества с правозащитным сообществом и структурами гражданского общества. Без такого сотрудничества журналистское сообщество не сможет сформироваться как крупная медийная структура, способная вести самостоятельную информационную политику. Возникает закономерный вопрос – существует ли потребность в создании и поддержании внутренних институтов саморегулирования СМИ в Казахстане? Экспертный опрос казахстанских журналистов показал, что мнение журналистов о необходимости общественного контроля за деятельностью СМИ разделились следующим образом: «Нет» - 33,1 %; «Желательно, но не обязательно» - 30,8 %; «Да» – 25,5 % респондентов» [6, с. 48].

То есть по сути, в представленной цитате речь идет о развитии массовой медиакритики в Казахстане. Как мы видим из итогов социологического опроса, большая часть профессионального медиасообщества не готова к такому «контролю» со стороны социума. Но все же отметим, что в казахстанском медиапространстве создаются предпосылки к развитию массовой медиакритики.

Несмотря на различные существующие подходы в медиакритике (аналитический, информационный, рекреативный, развлекательный, рекламный, коммерческий, регулятивно-корпоративный), большинство казахстанских исследователей базируются на аналитическом, информационном подходах при анализе медiateкстов. Но в ходе изучения материалов, мы выявили исследование, опирающееся в том числе и на рекламный подход. Т.Ю. Лифанова изучала общее восприятие рекламы экспертами, которые, с одной стороны, создают рекламу, а с другой – являются ее потребителями. В анализируемой аналитической статье, основа которой базируется на широкомасштабном социологическом исследовании информационно-коммуникативного пространства Казахстана, делается следующий вывод: «реклама, неизменный компонент деятельности медиа-индустрии, но она в казахстанских СМИ либо часто некачественная (35,4 %), либо некорректно используется (23 %) и поэтому в лучшем случае оставляет безразличными своих зрителей (6,3 %), а в худшем раздражает (9,3 %), то есть достигает обратного эффекта» [11, с. 291].

Важную роль в современном обществе занимает социальная реклама, но согласно данным проведенного в экспертном сообществе Казахстана опроса, «преобладает несколько скептическая оценка эффективности социальной рекламы. 36,6 % специалистов считают, что эффект от социально рекламы очень незначительный. Можно также отметить, что ¼

опрошенных полагает, что эффективность социальной рекламы можно оценить лишь через значительный промежуток времени» [11, с. 294].

Как мы сказали, в казахстанской медиакритике большое количество медиатекстов используют в качестве основного информационный подход [4], то есть освещают какие-либо медиатексты (прессу, телевизионные, Интернет и пр.) с событийной, фактологической точки зрения. К ним мы относим и научные статьи, в которых находят отражение исторические события, оказавшие влияние на развитие медиаобразования и медиакритики в Казахстане; анализирующие взаимосвязи масс-медиа с аудиторией, друг другом, государственными программами, структурами и пр. Примером статей, базирующихся на информационном подходе, могут служить публикации Л.С. Ахметовой «Медиаобразование в Казахстане» [1], Ж. Жуманова «Программа повышения компьютерной грамотности населения Республики Казахстан» [8], А.В. Веревкина [5] и пр.

Аналитический подход [4] подразумевает анализ масс-медиа с акцентом на творчество. Насколько выражен в медиатекстах творческий аспект? Какие ценности пропагандирует это творчество? – вот некоторые вопросы, которыми задаются казахстанские исследователи в области медиаобразования и медиакритики. В проведенном Т.Ю. Лифановой социологическом опросе и его анализе они нашли отражение: «Отвечая на вопрос, «Что такое журналистика?» опрошенные журналисты отвечали чаще всего – что это творческая профессия, имеющая особое общественное значение и поэтому требующая более ответственного подхода в части соблюдения этических норм (74,4 %). При этом важно отметить, что треть опрошенных (30,3%) видит в журналистике вид политического ресурса (действующего путем формирования общественного мнения в нужном направлении). Несколькостораживает ответ 21,5% специалистов, полагающих, что журналистика - это отрасль бизнеса (где во главе угла - прибыль и лишь потом - этика). Среди выбравших данный вариант ответа к тому же достаточно много молодых специалистов. Это ли будущее казахстанской журналистики? Во многих анкетах было отмечено два или даже три варианта...» [11, с. 297].

Актуальность этой проблемы медиакритики выражается и в работах других исследователей - А.В. Веревкина [5], Л.С. Ахметовой и др. [13]. Нам хочется отметить, что казахстанские ученые не разделяют творчество и этическую составляющую, которая присутствует в медиатекстах. Согласно мнения А.В. Веревкина и Т.Ю. Лифановой [6], медиатексты, в которых нарушены этические нормы, вызвано разными причинами, среди которых на первом месте - погоня за дешевыми сенсациями (45,3 %), а также низкий профессионально-этический уровень современной казахстанской журналистики (38,9 %).

Другие подходы медиакритики развиты в Казахстане в меньшей степени. Например, по нашему мнению, регулятивно-корпоративный подход получит большее распространение при создании

профессиональных «союзов», направленных на саморегуляцию масс-медиа.

Необходимо констатировать, что в Казахстане создана сильная школа медиакритики на базе Казахского Национального университета им. Аль-Фараби, где работают Л.С. Ахметова, А.В. Веревкин, Т.Ю. Лифанова и др. В Восточно-Казахстанском государственном университете (г. Усть-Каменогорск) осуществляют медиаобразовательную деятельность Н.А. Завалко, С.Г. Бондарева и др., разрабатывая дистанционную форму медиаобразования [15]. Учеными разрабатываются методологические, теоретические основы медиакритики и медиаобразования в Казахстане, содержательный компонент, на котором базируются учебные программы для студентов факультета журналистики, педагогических специальностей. То есть их исследования выступают в качестве смыслообразующих, во многом формируют и направляют общественное мнение для понимания целей и задач казахстанской медиакритики и медиаобразования. Анализируя работы медиапедагогов и медиакритиков, мы отмечаем их глубокую заинтересованность и убежденность в необходимости создания на территории страны информационного общества, граждане которого будут уметь критически оценивать информацию, воспринимать, анализировать, создавать и распространять медиатексты и т.д. Поэтому перед медиасообществом ставятся проблемы, связанные с качеством медиаинформации, ее этическим, нравственным содержанием, степенью объективности, соответствия интересам и потребностям общества и пр.

Для достижения поставленных целей в современных казахстанских условиях, необходимо использовать два ресурса – контроль за качеством информации со стороны общества и создание внутренних институтов саморегулирования масс-медиа. Это будет способствовать решению выделенной казахстанскими учеными проблемы взаимоотношений масс-медиа и общества. В современной информационной среде [11] масс-медиа только на 37,2 % служат или стараются служить - 15,7 % интересам читателей и зрителей, а 5,8 % респондентов признались, что деятельность СМИ в котором они работают, не направлена на реализацию интересов собственной аудитории.

Согласно представленным данным, казахстанские ученые подошли к выводу о необходимости развития медиаобразовательной деятельности в стране на основе синтеза с медиакритикой в процессе обучения детей и молодежи. Эта мысль находит отражение в анализируемых медиатекстах (например, у Л.С. Ахметовой) и выражается в работе по следующим направлениям:

1. «Медиаобразование в университетах на факультетах и кафедрах журналистики. Здесь есть два отделения:

а) студенческая и магистерская среда;

б) повышение квалификации журналистов, работников медийного сообщества и связи с общественностью.

2. Медиаграмотность общества. И здесь есть, на мой взгляд, обязательные деления на:

а) обучение в профессорско-преподавательской среде университетов и педагогов школ;

б) обучение казахстанского сообщества в целом;

в) обучение детей в школах и средних учебных заведениях» [1, с. 37].

Очевидно, что для развития первого, выделенного Л.С. Ахметовой направления, которое ориентировано на подготовку профессионалов в области масс-медиа, созданы необходимые условия. Разработка второго направления связана с рядом проблем – дефицитом квалифицированных кадров, отсутствием медиаобразовательных программ, необходимого финансирования и пр. Л.С. Ахметова акцентирует внимание и на проблеме, заключающейся в возможном заимствовании российских разработок в области медиаобразования. Она пишет: «мы можем работать с российскими учеными, у которых наработаны уже большие и качественные объемы материалов по медиаобразованию. Однако у нас должна быть обязательной адаптация к казахстанским реалиям» [1, с. 37].

В Казахстане высоки перспективы синтеза медиакритики и медиаобразования, но на сегодняшний день они находят большее отражение в медиаобразовании в университетах на факультетах и кафедрах журналистики. Говоря о задачах медиаобразования, выполнению которых может помочь использование текстов медиакритиков на занятиях со студентами, мы выделяем следующие (исходя из содержательного и целевого компонентов, изученных нами медиатекстов):

- развитию аналитического, критического мышления, автономии личности по отношению к медиа;

- защите от вредного влияния СМИ;

- удовлетворения различных потребностей аудитории в области медиа;

- развитие способностей аудитории к политическому, идеологическому анализу различных аспектов медиа, медиакультуры;

- развитие способностей аудитории к восприятию, пониманию и анализу языка медиа;

- развитие способностей аудитории к моральному, нравственному, психологическому анализу различных аспектов медиа, медиакультуры;

- развитие способностей аудитории к анализу медиатекстов в широком культурологическом, социокультурном аспекте;

- подготовка аудитории к жизни в демократическом обществе;

- развитие умений аудитории создавать и распространять собственные медиатексты;

- получение аудиторией знаний по истории медиа, медиакультуры;

- получение аудиторией знаний по теории медиа и медиакультуры.

Для развития синтеза медиакритики и медиаобразования в рамках второго направления, которое обозначено Л.С. Ахметовой как

медиаобразование общества создаются предпосылки, которые выражаются в следующем:

- уточнены понятия медиаобразования и медиакритики, что позволяет создать унифицированный терминологический аппарат этих отраслей научных знаний;

- создан сайт казахстанской школы социально-ответственной журналистики, в рамках которого ведется:

- патриотическая деятельность с использованием масс-медиа (рубрики «Казахстан, армия, патриотизм», «Победа, память, патриотизм»);
- конкурсная работа на темы патриотизма, связей с общественностью;
- существует каталог статей по медиаобразованию, собраны основные научные труды по медиакритике;
- работа форума и пр.;

- разработана и реализуется на государственном уровне Программа повышения компьютерной грамотности населения Республики Казахстан, аудитория которой подразумевает не только школьников и студентов, но и людей разных возрастов, места проживания, социального и материального статуса и т.д.;

- ведется изучение и анализ российских медиаобразовательных программ, в которых находит отражение синтез медиакритики и медиапедагогики. После их анализа и адаптации к казахстанской социокультурной и образовательной среде, они могут использоваться в медиаобразовательной работе со школьниками, учащейся молодежью.

Использование текстов медиакритиков на занятиях со школьниками и студентами позволяет казахстанским медиапедагогам:

- расширить рамки используемых масс-медиа (от кинематографа, прессы к компьютерным технологиям, Интернет-ресурсам, радио и телевизионным медиатекстам и пр.);

- привлекать методики проведения занятий, основанные на эвристических, творческих, проблемных, проектных заданиях, что активизирует познавательный интерес аудитории, развивает аналитическое, критическое мышление, креативные способности и пр.;

- привлекать (в условиях дефицита квалифицированных кадров) для медиаобразовательной деятельности не только педагогов, но и журналистов, представителей медийной сферы;

- использовать не только урочные формы проведения занятий, но и организовывать кружки, факультативы и пр. для развития медиаграмотности аудитории.

Таким образом, мы проанализировали состояние медиакритики и медиаобразования в Казахстане, определили основные направления, тенденции их развития, статьи ведущих медиакритиков и медиапедагогов. Мы считаем, что синтез медиакритики и медиаобразования позволит

решить ряд задач специфического характера, характеризующих сущность медиаобразовательной деятельности, а также проблемы, нашедшие отражение в государственной информационной политике Казахстана.

Литература

1. Ахметова Л.С. Медиаобразование в Казахстане // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований, 2014. № 3. С. 37 – 38.
2. Ахметова Л.С., Ахметов С.Н., Баранова Д.Д., Веревкин А.В., Лифанова Т.Ю. Наихудшие формы детского труда в Республике Казахстан. Алматы, 2008. С. 282 – 286.
3. Багиров Э.Г., Кацев И.Г. Телевидение. XX век. Политика. Искусство. Мораль. М.: Искусство. 1968. 304 с.
4. Баканов Р.П. Картографирование системы медиакритики в общероссийской печати последнего десятилетия XX века // Тонус: Научный и учебно-методический альманах факультета журналистики и социологии КГУ. Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2006. № 13. С. 5 – 48.
5. Веревкин А.В. Медиаобразование Казахстана: учебно-методическое пособие. Алматы: Казак университети, 2013. 254 с.
6. Веревкин А.В., Лифанова Т.Ю. Саморегулирование: потребности и приоритеты // Вестник КазНУ. Серия «Социология. Психология», 2012. № 2 С. 46–51.
7. Жуманов Ж. О повышении компьютерной грамотности населения Казахстана. 2008. <http://www.gosbook.ru/node/24144>
8. Жуманов Ж. Программа повышения компьютерной грамотности населения Республики Казахстан. Т-COMM. Телекоммуникации и транспорт. 2008. № 5. С. 49 – 52.
9. Концепция информационной безопасности Республики Казахстан. 2006. <http://www.zonakz.net/articles/15875>.
10. Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореф. дис. ... д-ра фил. наук. СПб, 2003. 41 с.
11. Лифанова Т.Ю. Анализ информационно-коммуникативного пространства Казахстана: СМИ и информационная политика в условиях развития современного глобального общества: итоги социологического исследования // Теоретико-методологическое введение к концепции медиаобразования. КазНУ, 2012. № 2 (51). С. 234 - 310.
12. Федоров А.В. Медиаобразование // Большая российская энциклопедия. Т. 17. М.: Большая российская энциклопедия, 2012. С. 480.
13. Akhmetova L., Verevkin A., Lifanova T. Media Education In the Context of Development of Kazakhstan Journalism // World Applied Sciences Journal, 2013. № 11, pp. 1624 - 1629.
14. Konyratbay T., Taubayeva S. Kazakh mentality and educated area // Journal of Higher Education in Kazakhstan. 1998. № 5. P. 169–174.
15. Zavalko N.A., Sakhariyeva S.G. Development of Teachers Media Competence in the Distance Learning Environment // International Journal of Experimental Education, 2013. № 2, pp. 36 – 39.

References

1. Akhmetova L.S. Media education in Kazakhstan // International journal of applied and fundamental research, 2014. № 3. pp. 37 - 38.
2. Akhmetova L.S., Akhmetov S.N., Baranov D., Verevkin A.V., Lifanova T.U. Worst forms of child labour in the Republic of Kazakhstan. Almaty, 2008. pp. 282 - 286.
3. Akhmetova L.S., Verevkin A.V., Lifanova T.U. Media Education In the Context of Development of Kazakhstan Journalism // World Applied Sciences Journal, 2013. № 11 pp. 1624 - 1629.
4. Bagirov E.G., Katsev I.G. TV. Of the twentieth century. Policy. Art. The morality. Moscow: Art. 1968. 304 p.
5. Bakanov R.P. The mapping system of media criticism in the national press last decades of the twentieth century // Scientific and educational almanac of the faculty of journalism and sociology. Kazan: Publishing house of Kazan. State University, 2006. № 13, pp. 5 - 48.
6. Fedorov A.V. Media education // The Great Russian encyclopedia. Vol. 17. Moscow: Great Russian encyclopedia, 2012. p. 480.
7. Konyratbay T., Taubayeva S. Kazakh mentality and educated area // Journal of Higher Education in Kazakhstan. 1998. № 5. pp. 169–174.
8. The concept of information security of the Republic of Kazakhstan. 2006. <http://www.zonakz.net/articles/15875>.
9. Korochensky A.P. Media criticism in the theory and practice of journalism. Abstract of Ph.D. dis. St. Petersburg, 2003. 41 p.
10. Lifanova T.U. Analysis of the information and communication space of Kazakhstan: media and information policy in the development of modern global society: results of sociological research // Theoretical and methodological introduction to the concept of media education. Treasury, 2012. № 2 (51), pp. 234 - 310.
11. Verevkin A.V. Media education in Kazakhstan: the textbook. Almaty: Kazakh University, 2013. 254 p.
12. Verevkin A.V., Lifanova T.U. Self: needs and priorities // Vestnik Kazan National University. Series: Sociology. Psychology, 2012. № 2, pp. 46-51.
13. Zavalko N.A., Sakhariyeva S.G. Development of Teachers Media Competence in the Distance Learning Environment // International Journal of Experimental Education, 2013. № 2, pp. 36 – 39.
14. Zhumanov J. Of computer literacy of the population of Kazakhstan. 2008. <http://www.gosbook.ru/node/24144>
15. Zhumanov J. Program the literacy of the population of the Republic of Kazakhstan. T-COMM. Telecommunications and transport. 2008. № 5. pp. 49 - 52.