АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ МЕДИАКРИТИКИ В УНИВЕРСИТЕТСКОМ МЕДИАОБРАЗОВАНИИ

AXIOLOGICAL ESSENCE OF MEDIA CRITICISM IN UNIVERSITY MEDIA EDUCATION

Т. И. Родионова
T. I. Rodioniva

Оренбургский государственный университет, Россия, 460018, г. Оренбург, просп.. Победы, 13

Orenburg State University, 13, Pobedy ave., Orenburg, 460018, Russia

E-mail: rodionova.tat.oren@gmail.com

Ключевые слова: медиакритика, массовое медиаобразование, субъектная позиция студентов, медиапроект
Keywords: media criticism, mass media education, students'subject position, media project

Аннотация: В статье представлен анализ понятия «медиакритика» и определяются задачи медиакритики как журналистской практики для массового медиаобразования. Автор обосновывает применение медиакритики в университетском медиаобразовании исходя из аксиологического подхода. Особое внимание уделяется развитию субъектной позиции студентов университета при выполнении медиапроектов.

Resume. The analysis of the "media criticism" concept is presented in the article and problems of media criticism as journalistic practice for mass media education are defined. The author provides rationalization for the application of media criticism in university media education according to the axiological approach. The special attention is paid to the development of university students' subject position in performing of the media projects.

Современность характеризуется технологической экспансией в жизнедеятельности человека. Декларируемое в России информационное общество, «в котором основной производительной силой выступают знания и информация»[211], с трудом пробивает себе пути становления. В повседневности мы наблюдаем огромный недостаток как возможностей самовыражения личности при помощи новых цифровых технологий, так и прагматичных результатов от их использования. В условиях нашего государства экономическая и внутриполитическая составляющая преодоления данной проблемы не является основополагающей сферой деятельности научной академической общественности. Научным дискуссиям подвержена в настоящее время популяризация просветительской деятельности по вопросам использования цифровых технологий и контента медийных ресурсов среди населения. Медиаобразование становится предметом изучения журналистики, культурологии, психологии и, конечно, объектом исследования медиапедагогики. Такая междисциплинарность служит не только разностороннему и разноуровневому изучению проблем медиаобразования, но и объединению научных, административных и педагогических усилий для развития медиаобразовательных инициатив в формальном и неформальном образовании.

Под «медиаобразованием» предлагается понимать процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники [212]. Медиаобразовательным результатом принято считать медиакомпетентность или медийную и информационную грамотность. Одной из основополагающих категорий в медиапедагогических исследованиях становится «медиакритика».

Размышляя над понятием «медиакритика», А.П. Короченский подходит с разных установок журналистов на работу с медиаконтентом. Медиакритика рассматривается как «область критического творчества», «область современной журналистики, осуществляющей критическое познание и оценку медиаконтента, всего комплекса проблем социального функционирования массмедиа», но также медиакритика может быть определена как

[211]Кравченко А. И. Краткий социологический словарь. - М. : Проспект, 2011. - 352 с.

[212] Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика : монография. Ростов н/Д. : ЦВВР, 2001. 708 с.

«воплощенное в журналистских текстах, оперативное оценочное познание социального функционирования средств массовой информации». Автор выделяет следующие виды медийной критики: научно-экспертную; профессиональную («внутрицеховую», корпоративную); массовую, постепенно формирующийся в последние несколько лет гражданский вид медиакритики[213].

В кратком словаре по журналистике Б. Н. Лозовского медиакритика также выделена в «особую сферу журналистики, где предметом оценки, анализа и критики становятся средства массовой информации»[214]. Страшнов С.Л. в своей статье «Об использовании элементов медиакритики в системе массового медиаобразования» выходит за рамки журналисткой деятельности: «медиакритика - практика оперативного истолкования и оценки современного состояния средств массовой коммуникации, а также отдельно вновь возникающих медиаявлений и текстов с точки зрения их новизны, уместности и подлинности... Выступая как феномен журналистского самосознания, медиакритика является и потенциальным способом познания СМК непрофессионалами»[215].

Исследования Р.П. Баканова в области медиакритики во взаимосвязи с личностью студента-журналиста способствуют выявлению дидактических принципов преподавания медиакритики [216].

В статье «Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в современной России» А. В. Федоров анализирует уровень научной разработанности понятия «медиакритика» и отмечает, что «сегодня у медиакритики огромный потенциал в плане поддержки усилий образовательных и просветительских институтов в развитии медиакультуры аудитории. И тут у медиакритики и медиаобразования немало общего, ведь одна из важнейших задач медиаобразования как раз и заключается в том, чтобы научить аудиторию не только анализировать медиатексты любых видов и типов, но и понимать механизмы их создания и функционирования в социуме». Медиакритику начинают рассматривать как новый педагогический феномен в российском медиаобразовании и на основе концептуального синтеза определяют ее место в педагогической науке. Далее автор статьи соглашается с А. П. Короченским, определяющим вид и предмет аналитической деятельности: «нужен тщательный психологический, культурологический и социологический анализ медиатекстов развлекательной массовой культуры на предмет выявления встроенных в их содержание социально ущербных идей, культурных и поведенческих стереотипов»[217]

В немецкоязычном дискурсе медиаобразования наиболее популярна концепция Д. Бааке, который выделяет медиакритику в один из базовых медиаобразовательных результатов и очерчивает сферы когнитивной деятельности личности. Термин «критика» означает «различать» и нацелен на то, чтобы осмысленно добывать имеющееся знание и опыт, что проистекает трояким способом: При этом должны охватываться проблемные общественные вопросы. *Аналитический* подуровень предполагает обладание основополагающим знанием, которое не принимает медийные новшества без критики. *Рефлексивный* подуровень наводит на мысль о том, что каждый человек должен уметь соотносить и использовать свои аналитические и другие знания с самим собой и своими личными поступками. *Этический* подуровень согласовывает аналитическое мышление с рефлексивным обращением и определяет их как социально ответственные [218].

По мнению немецкого медиапедагога Х. Нисито, медиакритика направлена на «критичное рассмотрение отдельных медиа (например, телевизионная критика, кинокритика, литературная критика), кроссмедийных СМИ, развитие медиа в обществе, их анализ, оценку относительно условий производства, формы, содержания и дистрибьюции (включая правовой,

---

[213] Короченский А.П. Медиакритика как оценочное познание социального функционирования СМИ // Науч. ведомости БелГУ. Сер. Гуманитар. науки. - 2010. - № 18, вып. 7. - С. 204-208.

[214] Лозовский, Б. Н. Журналистика: краткий словарь. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, – 2004. – 116 с.

[215]Страшнов С.Л. Об использовании элементов медиакритики в системе массового медиаобразования // УМО-регион / Отв. Ред. Е.М. Бобчук. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2009. С. 4–9.

[216] Баканов Р.П. Медийная критика как учебная дисциплина (опыт Казанского университета) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. Выпуск 12. Белгород: Изд-во БелГУ, 2011. № 24 (119). С. 150 – 159.

[217] Федоров А.В. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в современной России // Инновации в образовании. 2015. № 3. С. 70-88

[218] Baacke D. Medienpädagogik, Tübingen 1997, 105 S.

политический и экономический аспекты), а также на рефлексию и саморефлексию медиапотребления в различных жизненных контекстах»[219].

Таким образом, для исследования осмысленного обращения со СМИ, журналистский опыт определяет задачи медиакритики для актуального на данный момент времени российского медиапространства. Медиакомпетентной личности необходимо уметь *анализировать, оценивать, интерпретировать* медийный объект или явление. В медиапедагогике Германии эксплицитно добавлена этическая, рефлексивная составляющая медиакритики.

Цель медиаобразования - развитие личности - достигается, по нашему убеждению, посредством ценностно-смыслового обращения личности с медиа. Данная проблема находится в сфере аксиологии образования. Аксиологический подход как методологическая база исследования проблем медиакритики в университете позволяет определить состав и иерархию ценностей, которые не только придают направленность деятельности студента, но определяют его взаимодействие с миром и с людьми. *Ценностное самоопределение* студентов предполагает качественные изменения в отношении личности к собственной жизни. Основа самоопределения личности в процессе собственной жизни – ценностные ориентации. Ориентация подразумевает будущее и необходима для обретения смысла и постановки цели, а также способов ее достижения. Процесс ориентации предполагает присвоение личностью ценностей, преобразование личности на основе ценностей, прогноз дальнейшего развития личности на основе всеобщего диалектического закона возвышения потребностей. Мы разделяем ставший постулатом тезис немецких медиапедагогов о том, что «жизненный мир является также миром медиа (Lebenswelten sind Medienwelten)». Истории из жизни всегда частично затрагивают медиа. Это позволяет признать, «что медиа участвуют в общественных процессах индивидуализации и биографизации жизни»[220].

По социологическому опросу экспертов в области российского медиаобразования было определено, что наибольшее значение имеет развитие у обучающихся способности к критическому мышлению. Вопросам о развитии критического мышления в массовом медиаобразовании были посвящены работы А.В. Шарикова, А.В Федорова, И.В. Челышевой, Е.В. Мурюкиной. Для обучения молодежи медиакритике как компетенции Г.Марси-Бёнке и М. Рат предлагают развивать *способность к ценностно-оценочной аргументации*, являющейся когнитивной компетенцией[221]. Вышедшие из разных систем знаний (психологии и этики), данные теории близки друг другу в обосновании цели осуществления медиакритики.

Медиакритика рассматривается нами как аксиологический феномен, ориентированный на совершенствование готовности личности к оценочной аргументации[222]. Давать оценку, выражать собственное оценочное суждение способен человек, прошедший восхождение к актуальным жизненным ценностям и научившийся не только присваивать, транслировать, но и порождать смыслы деятельности[223]. Медиакритика есть аксиологический инструмент познания и понимания реалий современного мира.

В аксиологизации образования одной из основных категорий является понятие «*субъектная позиция*». Субъектная позиция представляет собой аксиологическую характеристику личности, раскрывающуюся в продуктивности деятельности, в ценностно-смысловой самоорганизации поведения. Развитие субъектной позиции студента исходит из задачи образования, состоящей в создании условий обретения студентом личностных смыслов, ценностей и целей своего развития. Образовательное пространство университета – контекст жизнедеятельности студента, который, во-первых, определяет содержание индивидуальной образовательной программы студента, во-вторых, способствует его саморазвитию и самоорганизации; в-третьих, стимулирует построение временной жизненной перспективы и может как задать ресурсы развития субъектной позиции, так и стать их ограничителем [224].

---

[219] Niesyto H. Medienkritik. In: Handbuch Medienpädagogik, hrsg. von Uwe Sander, Friederike von Gross, Kai-Uwe Hugger. Wiesbaden, VS-Verlag, – 2007, – S. 129-135.

[220] Baacke D., Sander U., Vollbrecht R. Lebenswelten sind Medienwelten. Op-laden: Leske + Budrich, 1990, 259 S.

[221] Marci-Boehncke G., Rath M. Jugend–Werte– Medien: Die Studie. Weinheim: Beltz, 2007, 256 S.

[222] Ольховая Т. А., Мясникова Т. И. Развитие ценностно-смыслового отношения студентов к медиапространству: анализ образовательного опыта // Вестник Челябинского государственного университета, 2013. № 22. С. 73–81.

[223] Ольховая, Т. А.Становление субъектности студента университета : монография ; науч. ред. А. В. Кирьякова. Оренбург : ГОУ ОГУ, 2006. 186 с.

[224] Ольховая Т.А., Погадаева Ю.В. Аксиологические основы развития субъектной позиции студента университета // Вестник Костромского государственного университета им. Некрасова: Педагогика. Психология.

Развитие субъектной позиции студентов университета является сущностной частью медиаконструирования, отражающего результат *смыслообразующей деятельности* студента в медиапространстве. Таким результатом мы определили медиапроект. Медиапроект представляет собой не только субъективно новый материальный или материализованный продукт и конкретный опыт студентов, но и процесс ценностного ориентирования студентов в своем медиапространстве. Данный процесс представляется наиболее важным, поскольку его векторным источником является медиакритика, являющейся базовым элементом медиакомпетентности.

Медиапроект осуществляется по следующим этапам:

– этап 1. Определение актуальной проблемы, формулировка темы, цели и задач медиапроекта;

– этап 2. Планирование действий по разработке медиапроекта, определение вида и формы презентации медиапроекта;

– этап 3. Выявление медиаресурсов, которые будут использованы в процессе создания медиапроекта;

– этап 4. Самостоятельное исполнение медиапроекта;

– этап 5. Апробация проекта. Исправление и доработка медиапроекта;

– этап 6. Презентация медиапроекта.

Учитывая новые требования ФГОС ВО и полученные результаты исследования «Развитие медиакомпетентности студентов университета», мы разработали образовательную программу «Иностранный язык» для направлений «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью», где одним из этапов итоговой аттестации является создание и презентация собственного медиапроекта. Студенты выполняли медиапроекты, исходя из собственных медиапредпочтений, уровня медиаиспользования, умения вести научное исследование и, конечно, развития иноязычной компетенции (примеры медиапроектов и их подробное описание по ссылке https://yadi.sk/i/o7hsc-f5hWfem). В дальнейшей работе при взаимодействии студент-преподаватель был сформирован следующий методологический каркас, помогающий дидактически успешно реализовывать медиаобразовательные идеи.

– объект – немецкие и российкие медиа (сайты);

– предмет - актуальное событие в России, объект жизненного пространства студента, популярное явление в медиапространстве студента;

– цель – анализировать и интерпретировать представленное в медиа событие, объект, явление;

– метод – контент-анализ, сравнительный анализ.

Таким образом, самостоятельно выбирая тему исследования, медийные источники, событие в России, объект жизненного пространства или популярное медиаявление, студенты наделяли смыслом свою деятельность, ощущали сопричастность с той действительностью, в которой живут. Практика контент-анализа позволяет студентам выделить предпочтения Интернет-пользователей, журналистов и оперировать полученными данными в качестве аргументов. По нашему наблюдению, у студентов повышалась уверенность в высказывании мнения, прибавлялось мужества в отстаивании своей точки зрения. Мы считаем, что предметом исследования медиакритики в массовом медиаобразовании должна стать также эмоционально-волевая сфера личности. Данная необходимость возникает из-за замалчивания проблемы «инакомыслия» в популярных медиа, образовательной сфере. Как отстоять базовые ценности, выработать собственные ценностные ориентиры, сохранить себя и найти поддержку в своем окружении - для этого необходимо определенное мужество, мужеству также следует учиться. Без постановки данной проблемы в массовом медиаобразовании медиакритика нивелирует себя.

При создании медиапроекта показателен также аспект сравнения в исследовании, выраженный в дихотомии «свой-чужой», где внутренние личные мотивы защиты «своего» сталкиваются с ценностными ориентирами «чужого» будь то культура или другое жизненное пространство, и тогда возникает дилемма для оценки предмета исследования. Вследствие этой самостоятельной оценки и происходит развитие субъектной позиции личности студентов, развитие медиакритики.

Социальная работа. Ювенология. Социокинетика, 2009. № 4, С. 59–62.