

6 Fateeva, I.A. Media Education: Theoretical Foundations and Implementation Experience / I.A. Fateeva. – Chelyabinsk, 2007

7 Media Education in Eastern Europe / A.V. Fedorov, A.A. Levitskaya, I.V. Chelysheva and others. – M., 2014.

УДК 37.022

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ

А.В. Федоров

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 18-013-00022 «Массовое медиаобразование в странах СНГ (1992–2020)»

И.А. Фатеева [6, с. 144–145] обоснованно выделяет ряд проблемных зон развития массового медиаобразования в Российской Федерации:

– неразвитость массового медиаобразования в учреждениях формального медиаобразования (среднего и профессионального), естественно, за исключением медийных вузов и факультетов;

– неразвитость программ медиаобразования для взрослого населения;

– отсутствие должного внимания к вопросу подготовки кадров для медиаобразования разных типов;

– чрезмерная обособленность разных уровней образования и разных тематических образовательных программ, не соответствующая современным требованиям открытости и гибкости образования;

– слабость партнерских взаимоотношений между образовательной сферой, медиабизнесом и другими заинтересованными сторонами.

На наш взгляд, к этому можно добавить и такие трудности развития массового медиаобразования, как инертность руководства вузов, не торопящихся делать конкретные шаги для внедрения медиаобразовательных курсов (а для этого есть широкие возможности в спектре утверждаемых самими вузами дисциплин регионального компонента и предметов по выбору); традиционные подходы структур Министерства образования и науки РФ, активно поддерживающих учебные курсы по информатике и информационным образовательным технологиям при значительно меньшем внимании к медиапедагогике.

Вместе с тем А.П. Короченский ставит ряд острых проблемных вопросов, выходящих за привычные рамки организационно-кадровых трудностей:

– «Не является ли идея формирования рационально-критической медиакультуры просветительской иллюзией, маскирующей невозможность реализовать в данном социальноэкономическом и культурном контексте провозглашаемые гуманистические концепции подготовки граждан к условиям жизни и деятельности в информационную эпоху? Возможно ли широкое распространение рационально-критической коммуникационной культуры в социальной среде, где действуют мощные тенденции, работающие на снижение уровня критического сознания реципиентов медийной информации? Имеет ли в этих условиях шансы на успех попытка локального социального проектирования, каковым является проект формирования медиапросвещенной аудитории?»

– В жизни и деятельности как отдельных индивидуумов, так и человеческих сообществ инстинкты, бессознательные импульсы и эмоции играют весьма значительную роль. Эффективное применение современными средствами массовой информации разнообразных технологий воздействия на область коллективного бессознательного, подавляющее рациональную реакцию людей, служит наглядным тому подтверждением. В связи с этим закономерен вопрос: не является ли идеал рационально-критической коммуникационной культуры фантомом, чисто умозрительной целью, недостижимой в силу имманентных характеристик человеческой личности и людских сообществ?

– Не является ли критическая автономия личности в общении с масс-медиа мифом, маскирующим невозможность в данном социально-политическом контексте реальной эмансипации и самоземансипации граждан от медийного манипулятивного воздействия и иных пагубных влияний со стороны СМИ?» [3, с. 41–42].

Вопросы, поставленные А.К. Короченским, в самом деле острые. И если смириться с иллюзорностью самой цели медиаобразования, осуществлению которой препятствуют мощные силы коммерческих медиа, человеческие инстинкты и пр., наверное, нужно будет признать и бесполезность образования в целом. А всем своим, пусть и не безупречным развитием, человеческая цивилизация доказала, что все её достижения – результат образовательного процесса, на пути которого всегда стояла масса трудностей.

Да, задача повышения медиакомпетентности населения кому-то, бесспорно, может показаться утопической, однако, мы убеждены, что к этому надо стремиться.

Исследовательская группа ЦИРКОН в течение ряда лет проводила массовые опросы населения России с целью выявления уровней медийной и информационной грамотности: «всероссийские, с использованием всероссийской репрезентативной выборки объемом не менее 1600 респондентов – в исследованиях 2014–2015 гг. (всего 1602 и 1603 респондента соответственно); региональные, с использованием репрезентативных выборок в 10 регионах РФ объемом не менее 500

респондентов в каждом (всего 5011 респондентов)» [2, с. 126]. В результате было выявлено, что в 2015 году «низкий уровень медиаграмотности характерен для 26 % населения России» [2, с. 128]. Однако уровни медиаграмотности/медиакомпетентности населения сильно разнятся по регионам, поэтому, например, в Астраханской области население с низким уровнем медиаграмотности составляет 44 % [2, с. 134]. При этом, по данным ЦИРКОНа, умением верифицировать и критически оценивать информацию с использованием альтернативных источников информации в должной степени не владеет около сорока процентов населения Российской Федерации [2, с. 128].

Правда, из-за того что опросы ЦИРКОНа во многом построены на результатах самооценки индивидов, реальное положение дел с медиаграмотностью/медиакомпетентностью в России, скорее всего, еще тревожнее. Во всяком случае наши локальные констатирующие исследования медиакомпетентности в студенческой среде [4; 7] показали, что при более углубленном анализе знаний и умений аудитории в области медиакультуры процент низкого уровня медиакомпетентности опрошенных оказался значительно выше, а процент высокого уровня, увы, намного ниже, чем по результатам опросов населения, проведенных ЦИРКОНам в масштабе РФ.

Еще в 2007 году нами была разработана модель развития медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза на занятиях медиаобразовательного цикла [7, с. 138–146]. Думается, сейчас настало время расширить и адаптировать эту модель, выдвинув универсальную (подходящую для самой широкой возрастной массовой аудитории) медиаобразовательную модель.

Проанализировав различные зарубежные и отечественные подходы, мы разработали следующую *модель массового медиаобразования населения*:

Определения основных понятий:

Медиаобразование как «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. Существует также точка зрения, согласно которой медиаграмотность – это часть более широкого и ёмкого понятия – информационная грамотность. Эта тенденция находит сегодня всё больше сторонников, хотя и здесь есть многочисленные терминологические разночтения. Основные направления медиаобразования: медиаобразование будущих профессионалов в области массовой коммуникации – журналистов, редакторов, режиссёров, продюсеров, актеров, операторов и др.; медиаобразование будущих педагогов; медиаобразование как часть общего образования школьников и

студентов, обучающихся в школах, средних специальных учебных заведениях, вузах, которое может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым и т.д.); медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах; дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью медиа; самостоятельное (непрерывное) медиаобразование (которое теоретически может осуществляться в течение всей жизни человека). Позитивным результатом медиаобразования следует считать медиакомпетентность личности (media competence of personality) – совокупность её мотивов, знаний, умений, способностей [показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный (оценочный), практико-операционный (деятельностный), креативный], способствующих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме» [1, с. 480].

Медиакомпетентность личности – совокупность умений (мотивационных, контактных, информационных, интерпретационных/оценочных, практико-операционных/деятельностных, креативных) выбирать, использовать, критически анализировать, оценивать, передавать и создавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме.

Концептуальная основа: синтез культурологической, социокультурной и практической теорий медиаобразования.

Цель: развитие медиакомпетентности личности (то есть культуры ее общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, аналитического мышления, умений создания, распространения, интерпретации, анализа и оценки роли и функций медиа в социуме, медиатекстов разных видов и жанров).

Задачи: развитие у аудитории следующих умений:

– практико-креативных (поиск, создание и распространение медиатекстов различных видов и жанров при соблюдении гуманистической направленности и этической корректности данных сообщений);

– аналитических (анализ и оценка роли и функций медиа в социуме, медиатекстов различных видов и жанров);

Методы развития медиакомпетентности граждан (могут быть адаптированы в зависимости от возраста и профессии аудитории):

1) по источникам полученных знаний: *словесные* (лекции, беседы, дискуссии, включающие создание проблемных ситуаций); *наглядные* (демонстрация медиатекстов, иллюстрации); *практические* (деятельность, в том числе игровая, практического характера на материале медиа);

2) по уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные* (сообщение аудитории определенной информации о медиасфере и медиаобразовании, восприятие и усвоение этой информации аудиторией); *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций в сфере медиа и/или медиатекстов в социокультурном контексте с целью развития аналитического мышления и медиакомпетентности); *исследовательские* (организация исследовательской деятельности аудитории, связанной с медиа).

Основные разделы содержания медиаобразовательной программы (касающиеся изучения таких ключевых понятий медиаобразования, как «медиаобразование», «медиакомпетентность», «медиаграмотность», «агентства медиа», «категории медиа», «технологии медиа», «язык медиа», «репрезентации медиа» и «аудитория медиа» и др.):

– место и роль, функции медиа и медиаобразования в современном мире, виды и жанры, язык медиа (уровень и объем этих знаний зависит от возраста и иных особенностей конкретной аудитории);

– основные термины, теории, ключевые концепции, направления, связанные с медиакультурой (для старшеклассников и аудитории старше школьного возраста);

– основные исторические этапы развития медиакультуры в мире (уровень и объем этих знаний зависит от возраста и иных особенностей конкретной аудитории);

– анализ и оценка функционирования медиа и медиатекстов разных видов и жанров в социокультурном контексте (уровень и объем такого рода знаний и умений зависит от возраста и иных особенностей конкретной аудитории);

– технологии создания и распространения медиатекстов различных видов и жанров (уровень и объем такого рода знаний и умений зависит от возраста и иных особенностей конкретной аудитории).

Области применения: школы, средние специальные учебные заведения, вузы, курсы повышения квалификации, учреждения дополнительного образования и досуговые центры; дистанционное медиаобразование различных категорий населения; самостоятельное (непрерывное) медиаобразование (оно может осуществляться в течение всей жизни человека с помощью контактов с продукцией медийных агентств различного профиля).

Эту модель массового медиаобразования населения в самом общем виде можно, на наш взгляд, представить в следующем виде:

1) *диагностический (констатирующий) компонент:* констатация уровней медиакомпетентности населения (разных возрастных и профессиональных групп) на начальном этапе обучения;

2) *содержательно-целевой компонент:* теоретическая составляющая (блоки изучения истории и теории медиакультуры) и практическая составляющая (блок деятельности по поиску, созданию и корректному

распространению медиатекстов различных видов и жанров; блок *аналитической деятельности:* развитие умений людей анализировать медиатексты различных видов и жанров);

3) *результативный компонент* (блок *итоговых анкетирования, тестирования* аудитории и блок *анализа констатации уровней развития медиакомпетентности* населения разных возрастных и профессиональных групп после прохождения обучения в области медиакультуры).

Необходимость диагностического и результативного компонентов модели обоснована тем, что как в начале, так и в конце реализации главных структурных блоков важно иметь четкое представление об уровнях развития медиакомпетентности конкретного сегмента аудитории. Сначала – для определения объема знаний для достижения медиаобразовательных задач. В итоге – для определения эффективности медиаобразовательного курса, адаптированного для конкретного возраста и профессии аудитории.

Такого рода диагностика возможна как в учебных учреждениях [4; 7], так и вне их [2, с. 123–141].

Для полноценной реализации данной модели, на наш взгляд, необходимо использовать следующие *показатели развития медиакомпетентности аудитории:* 1) *мотивационный* (мотивы контакта с медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические, политические, экономические и др.); 2) *контактный* (частота общения/контакта с произведениями медиакультуры – медиатекстами); 3) *информационный* (знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации); 4) *оценочный* (умения интерпретировать, анализировать медиатексты); 5) *практико-деятельностный* (умения создавать и распространять собственные медиатексты).

Выводы. Итак, развитие медиаобразования в современной России, находясь вот уже четверть века на стадии эксперимента энтузиастов, сталкивается с рядом проблем. И здесь, на наш взгляд, в соответствии с рекомендациями ЮНЕСКО [5; 8], необходимы: разработка всесторонних программ по медиаобразованию на всех образовательных уровнях; подготовка педагогов в области медиаобразования и рост информированности о медиаграмотности всех заинтересованных лиц и организаций в социальной сфере; проведение исследований в области медиаобразования и широкое распространение их результатов; международное сотрудничество в области медиаобразования; и главное – широкое практическое внедрение медиаобразования населения на различных уровнях. Здесь, конечно, нужна консолидация педагогических вузов, университетов, факультетов журналистики, библиотек, медиатек, медиапедагогов-экспериментаторов и также медийного сообщества,

координация взаимодействия государственных структур, уже существующих медиаобразовательных центров и экспериментальных площадок в данной области. Словом, как сказано в документах ЮНЕСКО [5; 8], необходимо ввести медиаобразование везде, где возможно в пределах учебных планов (школы, вузы), так же как в рамках дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека.

Разработанная нами модель массового медиаобразования населения, на наш взгляд, может быть адаптирована к различным возрастным и профессиональным группам населения, но в идеале требует, разумеется, существенной поддержки со стороны государственных, медийных и общественных структур.

Библиографический список

1 Большая российская энциклопедия. – Т. 17. – М. : Большая российская энциклопедия, 2012. – С. 480.

2 **Задорин, И.В.** Уровень медиаграмотности населения в регионах России: сравнительный анализ [Электронный ресурс] / И.В. Задорин, Д.В. Мальцева, Л.В. Шубина // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2017. – Т. 2. – № 4. – С. 123–141. – Режим доступа: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/945/7477-qcdefault.genres.articleqa-10381-1-10-20180330.pdf>

3 **Короченский, А.П.** Медиаобразование в России : не только «внешние» трудности и препятствия / А.П. Короченский // Медиаобразование. – 2005. – № 3. – С. 37–42.

4 **Левицкая, А.А.** Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов / А.А. Левицкая, А.В. Федоров, Е.В. Мuryukina [и др.]. – Ростов н/Д : Изд-во Южного федерального ун-та, 2016. – 574 с.

5 Московская декларация о медиа- и информационной грамотности. 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ifapcom.ru/news/1347/?returnto=0&n=1>

6 **Фатеева, И.А.** Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации / И.А. Фатеева. – Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. – 270 с.

7 **Федоров, А.В.** Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А.В. Федоров. – М. : Изд-во МОУ ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.

8 UNESCO. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Outlook on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, p. 152.

References

1 Big Russian Encyclopedia. – Vol. 17. M, 2012. – p. 480.

2 **Zadorin I.V.** Level of media literacy in the regions of Russia: comparative analysis / I.V. Zadorin, D.V. Maltseva, L.V. Shubina [Electronic resource] // Communications. Media. Design. – 2017. – Vol. 2. – No. 4, pp. 123–141. – URL: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/945/7477-qcdefault.genres.articleqa-10381-1-10-20180330.pdf>

3 **Korochenskiy A.P.** Media education in Russia: not only “external” difficulties and obstacles / A.P. Korochenskiy // Media education. – 2005, pp. 37–42.

4 **Levitskaya A.A.** Synthesis of media education and media criticism in the process of preparing future teachers / A.A. Levitskaya, A.V. Fedorov, E.V. Muryukina etc. – Rostov-on-Don: Southern Federal University, 2016. – 574 p.

5 The Moscow Declaration on Media and Information Literacy. 2012 [Electronic resource]. – URL: <http://www.ifapcom.ru/news/1347/?returnto=0&n=1>

6 **Fateeva I.A.** Media education: theoretical bases and implementation experience / I.A. Fateeva. – Chelyabinsk: Chelyabinsk State University, 2007. – 270 p.

7 **Fedorov A.V.** Development of media competence and critical thinking of students of a pedagogical university / A.V. Fedorov. – M: IFAP UNESCO “Information for All”, 2007. – 616 p.

9 UNESCO. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Outlook on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, p. 152.