

УДК 378

**МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: ПАРАДИГМАЛЬНЫЙ ПОДХОД****И. В. Жилавская***Московский педагогический государственный университет***В. В. Тулупов***Воронежский государственный университет**Поступила в редакцию 8 августа 2019 г.*

**Аннотация:** рассматривается теория медиаобразования с точки зрения парадигмального подхода. Авторы останавливаются на базовом понятии медиаобразования – концепте «медиа», в зависимости от толкования которого формируются и все элементы образовательной системы. Парадигмальный подход ко всему понятийному аппарату медиаобразования необходим для разведения близких, но не идентичных понятий, определяющих цели, содержание, функции, структуру этого образования, что позволяет в дальнейшем более точно и эффективно выстраивать методику преподавания новых дисциплин по повышению медиаграмотности студентов.

**Ключевые слова:** медиа, медиаобразование, парадигма, парадигмальный подход, медиапедагогика.

**Abstract:** the article presents media education in the context of paradigmatic approach. Authors concentrate on the “media” concept – the basic term of media education, considering that all elements of educational system are forming in dependence to its treatment. Paradigmatic approach to the conceptual framework of the media education field is necessary for distinguishing similar but not equal terms defining aims, content, functions and structures. This approach allows to use methods of teaching new subjects in accurate and effective way and rise media literacy of students.

**Key words:** media, media education, paradigm, paradigmatic approach, media pedagogy.

Медиаобразование как довольно молодая, формирующаяся отрасль знаний сегодня претерпевает существенные изменения. Накопленный за прошедшие полвека опыт осмысления, описания и систематизации, основанный на разнообразных практиках первых медиаобразователей, в настоящее время требует более глубокого теоретического обоснования. Однако попытки выстроить сколько-нибудь стройную, целостную и логически непротиворечивую картину современного медиаобразования сталкиваются с большими трудностями, связанными с многообразием концепций медиаобразования, научных школ, несогласованностью трактовки базовых понятий.

Это не способствует эффективной интеграции медиаобразования в сферу педагогики, несмотря на то, что во многом это очень близкие области знаний. Более того, элементы медиаобразования могут найти место в структуре практически всех дисциплин. В системе медийного образования речь идет об умении работать с информацией, и не просто искать и находить нужные данные, а уметь их архивировать, группировать и

структурировать, а также критически оценивать, анализировать с различных точек зрения. Медиаграмотность, приобретаемая обучающимся в процессе медиаобразования, включает в себя навыки создания информационных продуктов в разных видах медиа – письменных, аудиальных, визуальных. Это формирование компетенций по продвижению таких продуктов в информационной среде и организация эффективной коммуникации с другими субъектами информационного обмена. Важнейшей составляющей медиаобразования является медиапроектирование, которое отвечает требованиям ФГОС, а также умение видеть межпредметные связи, отвечающее требованиям современной педагогики.

Необходимость обновления теории медиаобразования ощущается особенно остро на воронежской земле, где много лет плодотворно работал талантливый киновед, кинокритик, медиапедагог Сталь Никанорович Пензин. Он был уверен, что кинообразование в школе и вузе имеет такое же право на жизнь, как любая другая дисциплина – будь то литература или история. Один из инициаторов медиаобразования в России, С. Н. Пензин стал первым организатором кино клубов в ВГУ

и ВГПУ, воронежского киноклуба «Друзья десятой музы». «Предмет, который я преподаю, – говорил о себе Сталь Никанорович, – называется медиаобразование, это просвещение в области всех массмедиа, включая кино, которое может быть инструментом воспитания, большим помощником классного руководителя» [1].

К концу XX в. в теории российского медиаобразования прочно обосновалась разветвленная система теорий и моделей. Она основана на разработках зарубежных авторов в области массовой коммуникации, главным образом, Великобритании, Франции, Германии, других европейских стран. В настоящее время имеется более десяти «теорий медиаобразования», и тенденция к росту их числа сохраняется. Это уже многократно описанные «инъекционная» («защитная»), «протекционистская», «прививочная») теория; теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории; «практическая» теория; теория критического мышления; идеологическая (или марксистская); семиотическая; культурологическая; эстетическая (художественная); теологическая; экологическая и др. На их основе образуются группы моделей медиаобразования: образовательно-информационные, воспитательно-этические, практико-утилитарные, эстетические, социокультурные. Представителями научной школы А. В. Федорова подробно описаны эти модели, а также разработанные такими учеными, как Ю. Н. Усов, А. В. Спичкин, А. В. Шариков, Л. С. Зазнобина [2].

В 2008 г. была введена в научный оборот *интерактивная (журналистская) модель медиаобразования*, согласно которой система отношений участников медиаобразовательной деятельности формируется внутри медийного производства: специалисты, которые занимаются в СМИ медиаобразованием, берут на себя некоторые функции педагогов, используя различного рода медиаобразовательные технологии [3].

А. В. Федоровым сформулированы несколько подходов к системе медиаобразования:

- «защитный» («инъекционная» теория, идеологическая, эстетическая);
- «аналитический» (теория формирования критического мышления, семиотическая, культурологическая и др.);
- «практический», который, по мнению теоретика, в качестве составной части в том или ином виде присутствует почти во всех концепциях медиаобразования.

С точки зрения функциональных ролей объектов медиаобразования, в нем всегда сосущество-

вали и по-прежнему продолжают сосуществовать два подхода – *дидактический* и *гражданский*, – каждый из которых представляет собой определенный способ понимания медиаобразования, принципы и технологии деятельности [4]. В частности, дидактический подход сформировался в результате несимметричной коммуникации, когда медиаобразование понимается как целенаправленное воздействие: обучение, воспитание, формирование качеств личности, защита от вредного влияния СМИ. В его основе лежит комплекс знаний, умений и навыков работы с медиатекстом. Основной императив данного подхода к медиаобразованию – *обучать*. Сторонники гражданского подхода делают акцент на правах человека и доступе к информации, утверждая, что «медиаобразование – это часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации» [5, р. 52]. Этот подход строится на идее свободы слова, его ключевой принцип – *обучаться*.

Приведенный обзор существующих теорий, моделей и концепций медиаобразования нам понадобился для того, чтобы показать проблему методологической неопределенности и отсутствия убедительной, признаваемой большинством исследователей общей теории медиаобразования. Множественность теорий сама по себе вызывает сомнение. А с учетом того, что их наращивание происходит на основе расширения функций и задач, которые стоят перед специалистами медиаобразования, данная логика как основа для разработки целостной теории нам представляется не вполне корректной. Эклектичность теоретических разработок отмечает и А. В. Шариков, справедливо объясняя это тем, что «медиаобразование возникло как стихийный и разнородный опыт, основанный на самых разнообразных философских теориях, а нередко и без таковых, на одной лишь эмпирике, опыт, часто направленный против издержек массовой культуры и массовых манипуляций (политических, коммерческих и др.)» [6, с. 78].

Существенное расхождение, принципиальная исследовательская развилка в медиаобразовании происходит на основе различных трактовок понятия «медиа». И здесь мы сталкиваемся с двумя научными парадигмами, которые определяют вектор формирования системы медиаобразования<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Напомним, что парадигма (от греч. παράδειγμα – «пример, модель, образец») – это совокупность фундаментальных научных установок, представлений и терминов, принимаемая и разделяемая научным сообществом и объединяющая большинство его членов.

Для гуманитарного знания характерно в каждый исторический момент соперничество нескольких парадигм. Причем смена парадигм является объективным процессом в развитии науки. Как подчеркивает Т. Кун [7], изменение парадигмы не связано с появлением новых факторов, это видение проблемы в другом ракурсе, разработка других правил, другого подхода к одним и тем же фактам.

А теперь вернемся к той медиаобразовательной развилке, где происходит наибольшее смещение угла зрения, – к трактовке понятия «медиа». Именно она, эта развилка, определяет и содержание медиаобразования, и его структуру, и функциональные особенности.

Ключевым проблемным вопросом является вопрос о том, что такое «медиа»? Вбирает ли это понятие в себя все, что связано с информацией любых видов, или только то, что связано с массовой информацией? Если первое, то будет выстроена *медиаобразовательная парадигма всеобщих медиа*, если второе – *медиаобразовательная парадигма массовых медиа*.

Допустим, что медиа имеют свою многовековую историю. В этом случае мы солидаризируемся с мнением, что до изобретения книгопечатания главной летописью человечества было зодчество. Об этом писал еще Виктор Гюго в романе «Собор Парижской Богоматери», подчеркнувший роль храмов в сохранении культурных кодов, представлений людей о прекрасном. В XV в., благодаря изобретению Иоганна Гуттенберга, человечество получило возможность в массовом масштабе передавать различные идеи – от философских до эстетических – последующим поколениям. Но наряду с зодчеством память человечества сохранялась в рукописных книгах, а в более ранний период – на глиняных или восковых табличках, пергаменте и еще ранее – на любых каменных поверхностях. Если говорить о прамедиа, то это совсем древние средства коммуникации, такие как сигнальные огни костра, звуки барабана, ритуальные танцы.

Если медиа – это все, что несет информацию, то тогда они будут включать в себя: изображения – от наскальных рисунков до современной инфографики (*графическая информация*), звуки – от различных шумов до музыки (*звуковая информация*), речь – от устной до письменной формы (*вербальная информация*), «живые» картины – от немного черно-белого кино до звукового цветного движущегося изображения (*видеоинформация*). То есть к медиасфере следует отнести произве-

дения искусства, журналистики, а также дизайна, рекламы.

К видам искусства, как известно, относятся *пространственные и пластические* (изобразительное искусство – графика, живопись, скульптура; декоративно-прикладное искусство; архитектура; фотография); *временные*, или *динамические* (музыка, литература – художественная, учебная, научная, научно-популярная, справочная); *пространственно-временные*, или *синтетические, зрелищные* (хореография, театр, фотография, кино).

К разновидностям журналистики относят *печатную* (газеты, журналы, альманахи), *аудиовизуальную* (РВ, ТВ) и *интернет-журналистику*.

Дизайн также имеет свою функциональную классификацию: *индустриальный* (продукция машиностроения, станкостроения, вооружение; предметы всеобщего потребления); *графический* (афиши, плакаты, щиты, упаковки и т. п.); *компьютерный* (веб-продукция); *дизайн архитектурной среды* (интерьеры, внешняя архитектурная среда, ландшафтный дизайн); *дизайн выставочных экспозиций*; *дизайн одежды и аксессуаров*; *арт-дизайн*.

Разновидности рекламы таковы: *наружная, сувенирная, печатно-полиграфическая и пресс-реклама; аудиовизуальная и интернет-реклама; реклама на транспорте и на местах продаж*.

Сюда же мы отнесем *зрелища и развлечения*, тесно связанные с названными выше разновидностями произведений и местами их публикации.

Данная концепция раскрывается в *Теории всеобщих медиа (The Total Media theory)*, которая представляет собой *систему обобщенного фундаментального знания о медиа, их роли и функционировании в социоинформационной среде как максимально широкого, всеобъемлющего и интегративного явления действительности* [8]. Теория всеобщих медиа базируется на исследованиях российских и зарубежных ученых, которые занимаются вопросами философии, культуры, экологии медиасферы. В частности, американский медиевед Д. Рашкофф констатирует, что «инфосфера стала нашей новой окружающей средой... Инфосфера стала вести себя, как живой организм – система не менее сложная, масштабная и самодостаточная, чем сама природа» [9].

В последние годы российские ученые заговорили о «медиатизации общества». Так, Н. Б. Кириллова пишет, что все смысловое богатство «медийности» как важнейшей категории современного образа жизни не может быть втиснуто в узкую

схему банального посредничества, поскольку «...медиа – это не просто средство для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» [10, с. 22]. Российский исследователь в области стратегий развития территорий С. Э. Зуев подчеркивает, что «как невозможно себе представить современный мир без гравитации, так невозможно представить себе современный мир без пронизывающих его линий силы, которые создают информационные потоки. ...и, если мы не сводим медиа к средствам массовой информации, то говорим о коммуникационных платформах и технологиях общения» [11].

Если же мы ограничим медиа областью массовой информации, причем передаваемой при помощи технических средств, то совокупность фундаментальных научных установок, представлений и терминов будет строиться вокруг средств массовой коммуникации, к которым отнесем печать, радио, телевидение, кино, интернет.

Разработке теории медиа через призму массовых коммуникаций посвящены многочисленные работы российских и зарубежных авторов [12–17 и др.]. И, несмотря на то, что в целом исследователи сходятся на понимании широкой палитры медиа, конкретные исследовательские разработки так или иначе сводятся к теории массовой коммуникации.

Обе приведенные парадигмы в равной мере имеют право на существование, развиваясь и дополняя друг друга. Важно только, чтобы и ученые, и практики, работающие в рамках каждой из них, понимали их теоретические основы, осознавали логику аргументации и характер функционирования.

Завершая анализ медиаобразования с точки зрения парадигмального подхода, следует отметить, что процесс формирования комплексной теории медиаобразования продолжается. Ее архитектура зависит от многих факторов, таких как экономические условия, политический режим, уровень развития коммуникационных и информационных технологий и т. д. Немаловажную роль в этом процессе играет фактор понимания медиа как ключевого концепта медийного образования, который и определяет его научную парадигму.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Новикова М. Русский Голливуд невыносим / М. Новикова // Российская газета – Черноземье. – 2005. – № 3856.
2. Федоров А. В. Медиаобразование в современной России : модели медиаобразования / А. В. Федоров, И. В. Чельшева // Высшее образование в России. – 2004. – № 8. – С. 34–39.
3. Жилавская И. В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования / И. В. Жилавская // Медиаскоп. – 2008. – № 2. – URL: <http://www.mediascope.ru/issues/150> (дата обращения: 03.08.2019).
4. Дзялошинский И. М. Медиаобразование : педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций? / И. М. Дзялошинский // Медиаобразование : от теории – к практике. – Томск : Изд-во НОУ ВПО ТИИТ, 2008. – С. 93.
5. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO // Outlooks on Children and Media. – Goteborg : UNESCO & NORDICOM, 2001. – P. 152.
6. Шариков А. В. Так что же такое медиаобразование? / А. В. Шариков // Медиаобразование. – 2005. – № 2. – С. 75–81.
7. Кун Т. Структура научных революций / Т. Кун. – Москва : АСТ, 2003. – 605 с.
8. Жилавская И. В. К вопросу о концепции теории всеобщих медиа / И. В. Жилавская // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2018. – № 24. – URL: <http://mic.org.ru/24-nomer-2018> (дата обращения: 03.08.2019).
9. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф. – URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Gurn/Rashk/02.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Rashk/02.php) (дата обращения: 11.06.2019).
10. Кириллова Н. Б. Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – Москва : Акад. проект, 2006. – 453 с.
11. Зуев С. Э. Как новые медиа изменили мир / С. Э. Зуев. – URL: <http://postnauka.ru/video/30224#> (дата обращения: 05.07.2019).
12. Кирия И. В. История и теория медиа / И. В. Кирия, А. А. Новикова. – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики. – 423 с.
13. Медиа : между магией и технологией / под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. – Екатеринбург ; Москва : Кабинетный ученый, 2014. – 380 с.
14. Черных А. Ритуалы и мифы медиа / А. Черных. – Москва ; Санкт-Петербург : Центр гуманитарных инициатив : Гнозис, 2015. – 159 с.
15. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа / Джон Кин ; под науч. ред. А. Смирнова. – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 312 с.
16. Матиссон Д. Медиадискурс. Анализ медиатекстов / Д. Матиссон. – Москва : Изд-во Гуманитарный центр, 2017. – 264 с.
17. Энценсбергер Х. М. Индустрия сознания. Элементы теории медиа / Х. М. Энценсбергер. – Москва : Ад Маргинем Пресс, 2016. – 97 с.

*Московский педагогический государственный университет*

*Жилавская И. В., кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой медиаобразования Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования*

*E-mail: zhiv3@yandex.ru*

*Тел.: 8 (965) 397-74-06,*

*Воронежский государственный университет*

*Тулупов В. В., доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики*

*E-mail: vlvtul@mail.ru*

*Тел.: 8 (473) 266-17-56,*

*Moscow State Pedagogical University*

*Zhilavskaya I. V., PhD in Philology, Associate Professor, Head of the Media Education Department of the Institute of Journalism, Communications and Media Education*

*E-mail: zhiv3@yandex.ru*

*Tel.: 8 (965) 397-74-06*

*Voronezh State University*

*Tulupov V. V., Dr. Habil. In Philology, Professor, Dean of the Faculty of Journalism*

*E-mail: vlvtul@mail.ru*

*Tel.: 8 (473) 266-17-56*