

АКТУАЛИЗАЦИЯ ЗАЩИТНЫХ ТЕОРИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В «ЭПОХУ ПОСТПРАВДЫ» ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

В. Н. Дорохин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 5 августа 2019 г.

Аннотация: в научной статье рассматриваются защитные теории медиаобразования, которые становятся всё более актуальными в эпоху информационного кризиса. Беспорядочный рост информационных источников, отсутствие проверки информации и её обесценивание ставят современное общество и науку перед новыми вызовами, которые возможно решить только внедрением защитных теорий медиаобразования в разноуровневые учебные курсы.

Ключевые слова: медиаобразование, журналистика, защитная теория, информация, общество, наука.

Abstract: the scientific article discusses defensive theories of media education, which are becoming increasingly relevant in the era of information crisis. The erratic growth of information sources, the lack of verification of information and its depreciation pose modern society and science to new challenges that can only be solved by introducing defensive theories of media education into multi-level training courses.

Keywords: media education, journalism, protection theory, information, society, science.

Согласно Российской педагогической энциклопедии, медиаобразованием называется «направление в педагогике, изучающее закономерности массовой коммуникации и готовящее новые поколения к жизни в современных информационных условиях, а также восприятию различного рода информации (понимание, осознание последствий воздействия, интерпретация и пр.)» [1, 3].

Сегодня в науке существует несколько подходов к определению медиаобразования. Например, А. Журин предлагает 3 опорных родовых понятия:

- педагогическая наука, изучающая влияние средств массовой информации на индивидов и разрабатывающая теоретические вопросы подготовки обучающихся к встрече с влиянием СМИ;
- практическая совместная деятельность медиапедагога и обучающихся по их подготовке к использованию средств массовой информации и к пониманию роли медиа в культуре и восприятию мира;
- образовательная область, содержанием которой являются знания о роли СМИ в культуре и восприятии мира, а также умения эффективной работы с медийной информацией [2].

При этом в каждом конкретном случае словоупотребления термина «медиаобразование» может происходить уточнение подразумеваемого значения, в т. ч. со сведением всех трёх значений к одному. В этой связи медиаобразованием можно считать научно-образовательную область, предметом которой являются СМИ и коммуникация в педагоги-

ческом аспекте их многообразных связей с миром, обществом и человеком. В теоретическом отношении область исследований медиаобразования лежит на пересечении педагогики и комплексной науки о медиа, а в практическом подразумевает совместную деятельность медиапедагогов и обучающихся по подготовке граждан к жизни в мире информационных технологий [6].

Главная задача медиаобразования состоит в трансформации медиапотребления в активный и критический процесс, помогая потребителям медиасообщений лучше осознать потенциальную манипуляцию (особенно в рекламе и PR) и помочь им понять роль СМИ и гражданских, совместных медиа в формировании собственной линии мировосприятия. Потому что анализ теории и практики медиаобразования в различных странах показывает отсутствие его единого теоретического базиса. Обретаемая в результате медиаобразования медиаграмотность помогает человеку продуктивно использовать различные СМК без ущерба для психики, здоровья, личного времени, имиджа и карьеры. Важнейшей вехой в истории медиаобразования высшей школы РФ стала регистрация УМО при Министерстве образования новой довузовской специализации «Медиаобразование» (03.13.30) в 2002 году — с этого времени медиаобразование фактически обрело официальный статус [10].

Однако его влияние в современном мире всё ещё недостаточно велико. Различные факторы в совокупности допускают попустительство в вопросах контроля за распространением вредной информации, а значит, допускают возможность её проникновения на различные цифровые площадки и укоренения

в сознании потребителей информации СМК. Таким образом, приоритетную роль в медиаобразовании получают его защитные теории. В этой связи на се-

годняшний день существует несколько подходов к целеполаганию в медиаобразовании, отмеченных рядом экспертов в данной области [4, 8].

Таблица 1

*Отношение экспертов к целям медиаобразования
(согласно результатам исследования д. п. н., проф. А. Фёдорова)*

Описание цели	Количество согласившихся	Процентное соотношение уровня согласия с целями
Развитие способностей к критическому мышлению и критической автономии личности	22/26	84,27%
Развитие способностей к восприятию, оценке, пониманию, анализу медиатекстов	18/26	68,88%
Подготовка граждан к жизни в демократическом обществе	16/26	61,89%
Развитие знаний социальных, культурных, политических и экономических смыслов и подтекстов	16/26	61,54%
Обучение декодированию медиатекстов	15/26	59,44%
Развитие коммуникативных способностей личности	15/26	57,34%
Развитие способностей к эстетическому восприятию, оценке и пониманию медиатекстов, к оценке их эстетических качеств	14/26	54,90%
Обучение самовыражению с помощью медиа	14/26	53,85%
Обучение идентификации и интерпретации медиатекстов, экспериментам с различными способами технического использования медиа, создания медиапродуктов	13/26	50,00%
Обучение теории медиа и медиакультуре	12/26	47,90%
Обучение истории медиа и медиакультуры	9/26	37,76%

Исходя из представленных материалов исследования А. Фёдорова, ярче всего в медиаобразовании экспертами (медиаконсультанты, медиапсихологи, искусствоведы, кандидаты и доктора педагогических наук О. Баранов, К. Ворсноп, В. Бу, Х.-И. Гомес, С. Гудмэн, В. Гура, М. А. Гутиерес, М. Кларембо, Р. Корнел, А. Короченский, С. Крюксэй, Д. Лемиш, Б. Мак-Махон, В. Монастырский, А. Новикова, Д. Пандженте, С. Пензин, И. Розер, Н. Рыжих, Д. Сюсс, К. Тайнер, М.-Р. Торрес, Л. Усенко, И. Чельшева, Т. Шак, Е. Якушина) выделяется его протекционистская доминанта: потребитель медиасообщения должен прежде всего уметь проанализировать все факторы его появления, распространения и влияния на аудиторию. При этом важнейшим правовым базисом остаются демократические ценности РФ, согласно которым каждый гражданин имеет возможность свободно распространять любую не запрещённую законом информацию. Чуть менее значимыми становятся умения видеть подтексты и декодировать медиасообщения, затем — восприятие их эстетики. И только затем, согласно материалам исследования А. Фёдорова, граждане с полной ответственностью смогут создавать собственные медиасообщения в цифро-

вом пространстве, обучать этому других и рассматривать роль медиасообщений в теории и истории медиакультуры [11, 13].

На сегодняшний день данная концепция видится наиболее актуальной и востребованной не только в связи со своей универсальностью, иерархической стройностью и логической упорядоченностью, но и в связи с отсутствием критики её структуры. Любые сторонние взгляды на неё (А. Короченский, Р. Корнелл, А. Шариков) на различных исторических этапах только дополняли результаты представленного исследования, но не пытались изменить порядок ответов экспертов или переоценить их значимость. Соответственно, неослабевающая актуальность целевой иерархии медиаобразования по А. Фёдорову продолжает сигнализировать и о многолетней стагнации в современной проблематике медиаобразования. Однако повестка медиаобразования также невозможна без её рассмотрения вне социокультурного контекста каждой отдельной эпохи. Здесь у различных исследователей также складываются собственные вариации видения развития современного медиаобразования в РФ, каждый из которых имеет своих сторонников:

«Снижается авторитет научных изданий, им на смену приходит мимолётная, но очень запоминающаяся информация, которую нам дают медиа. Поэтому на первые места выходят аспекты медиаобразования, связанные с восприятием и критической оценкой информации» (Е. Якушина).

«Социокультурная ситуация в РФ связана с мутным потоком коммерческой медиапродукции, что значительно затрудняет процесс медиаобразования» (Л. Усенко).

«Стихийное приобщение к медиа чревато деформациями в социокультурном развитии личности, т.е. деформациями ценностной иерархии в сфере культуры, снижением уровня культурных запросов населения и оскудения духовной жизни» (В. Монастырский).

«Коммерциализация массмедиа, сильный государственный и корпоративный контроль над основными медиаресурсами, недостаток общественного вещания и демократизации СМК вызывает в РФ повышенный интерес к защитным теориям медиаобразования, а также теориям развития критического мышления и автономии» (А. Короченский).

«Исходя из избытия иностранных медиа в РФ и глобализации подростковой культуры, медиапедагоги могут использовать свой предмет для изучения как собственной, так и зарубежной культуры — а также их сравнения и оценки» (А. Новикова) [12].

Здесь можно заключить, что ряд медиапедагогов связывает цели и теории современного медиаобразования с социокультурным контекстом РФ для обоснования и актуализации его отдельных приоритетов. Вместе с тем любое однобокое и поверхностное научное исследование способно в лучшем случае обозначить проблему и наметить варианты её решения, но не оказать даже косвенного влияния на общественное мнение или законодательное регулирование ряда негативных аспектов медиаобразования. Также для получения более обширной, универсальной, глубокой и полной картины по данной проблеме необходимо проведение всестороннего и длительного научного исследования, основанного в первую очередь на сравнительном анализе [5, 9].

Исходя из вышесказанного, наиболее приемлемым на сегодняшний день видится синтетический путь (в отличие от интегрированного и автономного) экспансии медиаобразования в массовую среду с сочетанием его интеграции в обязательные дисциплины школ и вузов на всех уровнях и введением факультативов. При этом формы медиаобразования могут сочетаться (например, быть частью формального образования, спецкурсов, научной медиакритики

и областью гражданского общества). Медиаобразование должно стать постоянной частью жизни современного гражданина РФ в период сознательного возраста, частью его социализации и неременным условием развития изменчивого информационного общества. Отдельно следует решить последствия существовавших проблем изоляции медиапедагогов РФ от мирового процесса медиаобразования и низкого уровня их собственной технической грамотности, что зачастую превращает учебный процесс в серию формальных бюрократических отчётов и фактически не приносит обучающимся никакой пользы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вартанова Е. Л. Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели / Е. Л. Вартанова, Я. Н. Засурский // Информационное общество. 2003. № 3. С. 5–10.
2. Журналистика и медиаобразование в XXI веке. — 2007. В 2-х т. / Ред. А. П. Короченский, М. Ю. Казак. Белгород: Изд-во Белгород. гос ун-та, 2007.
3. Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации / И. А. Фатеева — Челябинск, 2007.
4. Интернет-СМИ: Теория и практика. Учеб. Пособие для студентов вузов / Под ред. М. М. Лукиной. — М.: Аспект Пресс. 2011. — 348 с.
5. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике / В. В. Кихтан. — Ростов н/Д.: Феникс, 2004.
6. Лукина М. М. СМИ в пространстве интернета / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева — МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. — 87 с.
7. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалайя. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. — 311 с.
8. Выгонский С. И. Обратная сторона интернета. Психология работы с компьютером и сетью / С. И. Выгонский. М.: Феникс, 2010.
9. Герасевич В. А. Блоги и RSS: Интернет-технологии нового поколения / В. А. Герасевич — СПб.: БХВ — Петербург, 2006. — 240 с.
10. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. — М., 2010.
11. Интернет и интерактивные медиаисследования / Под ред. И. Засурского. В 2-х ч. 4.1. М.: Изд-во МГУ, 2007. 242 с.
12. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: [материалы к обучающим семинарам] / [сост. С. Балмаева]. — Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2010. — 146 с.
13. <https://psyfactor.org/lib/fedorov11-11.htm> (дата обращения: 15.03.2019)

*Воронежский государственный университет
Дорохин В. Н., аспирант
E-mail: vndorokhin@gmail.com*

*Voronezh State University
Dorokhin V. N., Post-graduate Student
E-mail: vndorokhin@gmail.com*