

CZU: 37.017.4 (470)

ОПЫТ РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Темель КАРААСЛАН

Молдавский государственный университет

Анализируются основные тенденции развития медиаобразовательного движения в России, дается характеристика известных образовательных концепций ведущих российских медиапедагогов. Главное внимание уделяется проблеме медиаобразования и медиапросвещения в российском обществе.

Ключевые слова: медиаобразование, СМИ, телевидение, Россия, интернет.

EXPERIENȚA DE DEZVOLTARE A EDUCAȚIEI MASS-MEDIA ÎN SOCIETATEA RUSĂ

Sunt analizate principalele tendințe de dezvoltare a educației mass-media în societatea rusă. La fel, sunt caracterizate cele mai cunoscute concepte educaționale ale pedagogilor ruși din domeniul mass-media. Se acordă atenție, îndeosebi, problemei educației și culturalizării mass-media în societatea rusă.

Cuvinte-cheie: educație mass-media, mass-media, televiziune, Rusia, Internet.

EXPERIENCE DEVELOPMENT OF MEDIA EDUCATION IN RUSSIAN SOCIETY

In article analyzes main trends in the development of Russia's media education movement, also given characteristic of the known educational concepts leading Russian media educators. The main attention is paid to the problem of media education and media enlightenment in Russian society.

Keywords: media education, media, television, Russia, Internet.

Введение

Медиаграмотность и медиаобразование – сегодня это актуальные темы не только в России, но и во всем мире. Вопросы медиаобразования в России в настоящее время дискутируются среди ученых, преподавателей, неправительственных организаций, вообще людей, продвинутых в области новых технологий. Все понимают, что это необходимо, однако особо пока на эти вопросы общество внимания не обращает.

Русский педагог А.В. Федоров рассматривает медиаобразование (media education) 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 [1, с.480]. В результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, интернета [2, с.6].

Вопреки утверждениям *российских* авторов – лидеров в области медиаобразования, медиаобразование в России идет по двум направлениям.

1 – медиаобразование в университетах, на факультетах и кафедрах журналистики:

- а) студенческая и магистерская среда;
- б) повышение квалификации журналистов, работников медийного сообщества и связи с общественностью.

2 – медиаграмотность общества:

- а) обучение в профессорско-преподавательской среде университетов и педагогов школ;
- б) обучение российского сообщества в целом;
- в) обучение детей в школах и средних учебных заведениях.

Среди основных условий развития процесса медиаобразования в России можно выделить следующие [3, с.2]:

1. Общую ориентацию на развитие личности (включая формирование эстетического сознания, художественного восприятия, вкуса и т.д.; развитие критического мышления, творческих потенций индивидуальности в русле идей гуманизма);
2. Учет психологических особенностей, спектра реальных интересов и предпочтений детской и молодежной аудитории;
3. Разработку критериев развития медиавосприятия и способности к критическому, художественному анализу медиатекстов;
4. Совершенствование моделей, программ, методик, форм проведения занятий со школьниками и студентами на материале медиа (в том числе с использованием зарубежного опыта);
5. Модернизацию материально-технической базы процесса обучения;
6. Включение в вузовские (и школьные) программы курсов, предусматривающих изучение медиакультуры.

В отношении медиаобразования существует несколько различных подходов:

- интегрированный подход – через уже имеющиеся учебные предметы литературы, изобразительного искусства, истории, музыки и т.д. (Л.С.Зазнобина, А.А.Журин и исследовательская группа лаборатории технических средств обучения и медиаобразования Российской Академии образования, А.В.Спичкин, Э.Харт, К.Бээлгэт, многие другие зарубежные медиапедагоги);
- факультативный подход – создание сети факультативов, кружков, клубов, фестивалей медиаобразовательного цикла (О.А.Баранов, И.С.Левшина, Г.А.Поличко, Ю.М.Рабинович, Ю.Н.Усов, А.В.Федоров, Л.М.Баженова и исследовательская группа лаборатории экранных искусств Института художественного образования Российской Академии образования и др.);
- специальный подход, то есть введение нового предмета, спецкурса, связанного с медиакультурой (С.Н.Пензин, Г.А.Поличко, Ю.М.Рабинович, Ю.Н.Усов, А.В.Федоров и др.) [3, с.7].

Современная российская медиапедагогика в условиях глобализации информационного и образовательного пространства и реформирования системы образования все более активно вовлекается в процесс интеграции и взаимообмена медиапедагогическим опытом со многими странами мира [4]. Об этом свидетельствуют многочисленные международные проекты, ряд симпозиумов и конференций по проблематике медиаобразования, совместные разработки в области методик и технологий медиаобразования школьников и студентов и т.п.

По мнению Федорова А., Чельшевой И., проблемы российского медиаобразования связаны, прежде всего, с тем, что до сих пор не инициировано систематическое глобальное медиаобразование школьников в средних школах, нет педагогической специальности «медиаобразование», которая необходима для подготовки учителей, способных осуществлять медиаобразование в школах. Несомненно, что изучение передового зарубежного опыта призвано способствовать дальнейшему процессу развития медиаобразования в России [3, с.8].

Пока же этот вопрос остается открытым, и думается, что хорошие перспективы содержатся в намечившемся в последние годы отходе от унификации учебного процесса, в появлении учебных заведений новых типов, во введении широкого спектра дисциплин по выбору.

В настоящее время медиаобразование — и как практическая сфера педагогики, и как научная отрасль — развивается в обстановке декларируемой поддержки образовательного ведомства, однако реально, как и прежде, оно остается уделом энтузиастов. На одном из специализированных медиаобразовательных сайтов размещена база данных «Кто есть кто в российском медиаобразовании» [5], в которую включено более шести десятков фамилий. Наиболее значителен научный вклад исследователей Л.М. Баженовой, Е.А. Бондаренко, А.А. Журин, Л.С. Зазнобиной, О.Ф. Нечай, А.А. Новиковой, Н.П. Петровой, А.В. Спичкина, Ю.Н. Усова, А.В. Федорова, И.В. Чельшевой, Т.Ф. Шак, Е.В. Якушиной, Е.Н. Ястребцевой. В последние годы наиболее активную позицию в разработке данного вида образования занимает таганрогская школа во главе с А.В. Федоровым.

Некоторые российские исследователи в конце 1980-х – начале 1990-х гг. предпринимали попытки анализировать мировой опыт медиаобразования [Усов, 1989; Шариков, 1990]. К примеру, Ю.Н.Усов в своем диссертационном исследовании представил краткий анализ работ иностранных медиапедагогов [Усов, 1989], что свидетельствовало о корректном понимании ключевых концепций медиаобразования в мире: развитие самостоятельного мышления, критического отношения к окружающей действи-

тельности, развитие медиавосприятия и медиаграмотности, понимание особенностей функционирования медиа в социуме и т.д. [2, с.9].

С 1992 по 2008 год научно-исследовательские проекты российских ученых по медиаобразовательной тематике неоднократно получали грантовую поддержку Министерства образования и науки Российской Федерации, Российского гуманитарного научного фонда, Российского фонда фундаментальных исследований, Программы президента РФ «Поддержка ведущих научных школ России», ЮНЕСКО, ряда зарубежных фондов («Институт «Открытое общество», МИОН – Иноцентр, Фулбрайт, IREX, DAAD и др.) [6, с.4].

Медиаобразовательные проекты и исследования членов Ассоциации кинообразования были поддержаны не только грантами президента Российской Федерации, Министерства образования РФ, Российским гуманитарным научным фондом, но и американскими, немецкими, французскими и швейцарскими фондами поддержки науки. Среди руководителей медиаобразовательных проектов, получивших грантовую поддержку, – Ю.Н.Усов, С.Н.Пензин, Е.А.Бондаренко, А.А.Новикова, Н.Ф.Хилько и др. [7].

Динамичные изменения политической и социально-экономической обстановки в России, ее международного положения оказывают зачастую прямое влияние на обыденные жизненные ситуации значительной части населения страны.

Важным событием в истории движения медиаобразования стала инициированная научно-исследовательским коллективом, созданным при поддержке гранта Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ, грант № 01-06-00027а), регистрация учебно-методическим объединением (УМО при Министерстве образования Российской Федерации) по специальностям педагогического образования новой вузовской специализации «Медиаобразование» (03.13.30.) в июне 2002 года. Данное решение на практике означает, что медиаобразование в России впервые за всю свою историю обрело официальный статус [3, с.3]. При этом нужно добавить, что 17 ноября 2008 года Правительство России утвердило «Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». Согласно распоряжениям Правительства, федеральным органам исполнительной власти и исполнительным органам государственной власти субъектов Российской Федерации предписано руководствоваться положениями данной концепции при разработке программных документов, планов и показателей своей деятельности. Среди приоритетных направлений в Концепции названо «расширение использования информационных и телекоммуникационных технологий для развития новых форм и методов обучения, в том числе дистанционного образования и медиаобразования» [6, с.9].

Итак, можно говорить о больших достижениях в развитии медиаобразования в России, а последние годы уместно охарактеризовать как завершение легитимизации данного направления, постановку его в один ряд с традиционными педагогическими направлениями как на академическом, так и на организационно административном уровне.

Важность медиаграмотности

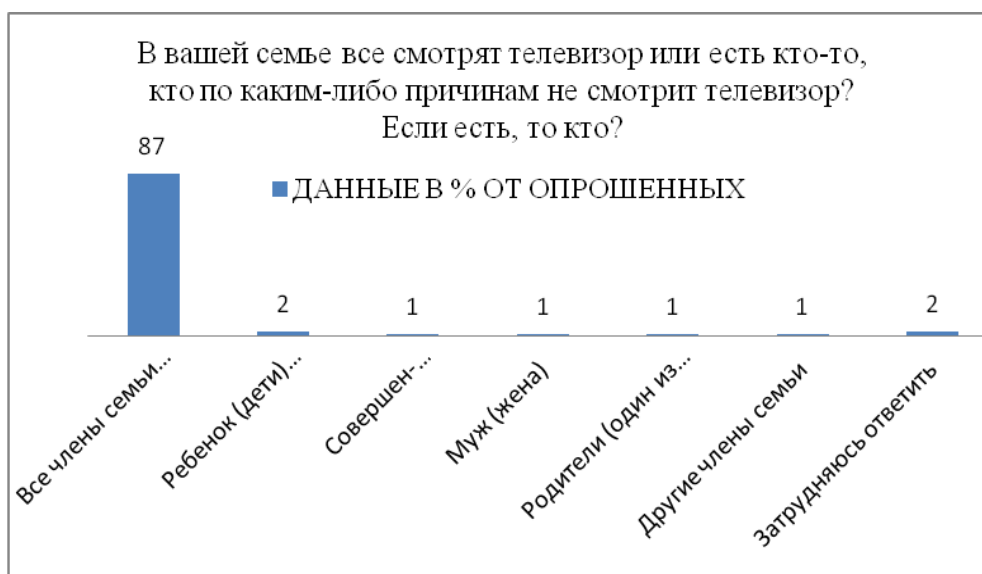
В современную эпоху российские медиа имеют ряд существенных отличий от средств массовой информации советских времен. Медиа сфера в России за последние двадцать лет демонстрирует чрезвычайно высокую динамику развития, не перестающую вызывать удивление.

И в России, и в мировом масштабе печатная пресса наряду с телевидением, интернетом и радио остаётся важнейшим информационным носителем, а в чрезвычайных ситуациях – ещё и единственно надёжным. 37% россиян утверждают, что если бы они лишились возможности смотреть телевизор, их жизнь никак не изменилась бы, 26% сказали, что в их жизни произошли бы значительные изменения, 23% – что незначительные. Причем, по их словам, больше потеряли бы, лишившись телевизора, чем приобрели. Для большинства из них это единственный источник новостей, знаний и развлечений. (см. Графики 1-2)

График 1



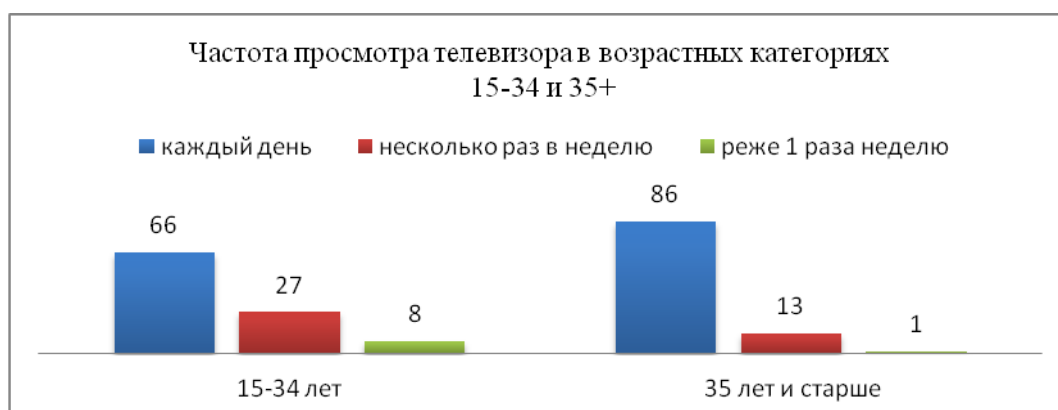
График 2



Источник данных: «ФОМнибус» – опрос граждан РФ от 18 лет и старше. 25 мая 2014. 43 субъекта РФ, 100 населенных пунктов, 1500 респондентов. Интервью по месту жительства. Статпогрешность не превышает 3,6% [Доступно:30.10.2017]. <http://fom.ru/smi-i-internet/11537>

Притягательность телевидения настолько велика, что лишь единицы горожан в возрасте 35+ могут обходиться без него: 86% смотрят телевизор каждый или почти каждый день. В среднем, каждый горожанин 35+ проводит перед телевизором 20,5 часов в неделю. На этом фоне молодежь действительно можно назвать мало смотрящей телевизор (чуть более 14 часов в неделю, см. График 3).

График 3



Источник данных: Исследование «Телевидение глазами телезрителей-2014», АЦ Vi [Доступно: 30.10.2017] http://mediaprofi.org/media-info/analytics/item/3083-televidenie_molodej

По данным исследования компании «Synovate Comcon» [8] «Уровень доверия средствам массовой информации», которое ежегодно проводится в рамках проекта «Российский индекс целевых групп», доверие россиян к телевизионным каналам продолжает снижаться. Если пять лет назад телевидению доверяли 47% аудитории телеканалов, а газетам — 35% читателей, то в период экономического кризиса произошло снижение уровня доверия как к телевидению, так и к прессе. Однако, в отличие от печатных средств массовой информации, посткризисного восстановления доверия у телевидения не произошло — на сегодняшний день телевидению доверяют 35% его недельной аудитории. Наименьший уровень доверия к телевидению характерен для экономически активного населения в возрасте 20–54 лет. Среди студентов и пенсионеров доверие к телевидению несколько выше.

Большинство опрошенных (57%) полагают, что российские СМИ объективно освещают события, происходящие в стране, 29% считают, что необъективно; при этом с минувшего года доля последних выросла на 5 пп. Каждый четвертый россиянин уверен, что СМИ сообщают не всю доступную им информацию. Однако большинство согласны с тем, что есть темы, о которых допустимо умалчивать в государственных интересах. Считает допустимым искажение информации треть опрошенных (см. График 4).

График 4



Источник данных: «ФОМнибус» – опрос граждан РФ от 18 лет и старше. 19 апреля 2015. [Доступно: 30.10.2017] <http://fom.ru/smi-i-internet/12140>

Развитие интернета и мобильных сервисов размывает устоявшиеся представления о средствах массовой информации. Под влиянием интернета и новой цифровой реальности во всём мире происходят кардинальные изменения привычек медиапотребления отечественных СМИ. 65% населения России является регулярным пользователем интернета, заявил Министр связи и массовых коммуникаций Российской Федерации Н.А. Никифоров, выступая в январе 2016 года на Гайдаровском форуме [9], организованном РАНХиГС (Российская Академия народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации). По его словам, за три последних года количество пользователей интернета в России увеличилось на 24 млн.

На XIX Российском интернет-форуме в апреле 2015 года [10] глава TNS Russia P.P. Тагиев сообщил, что по итогам первого квартала прошлого года число российских пользователей интернета выросло в годовом выражении на 5% и достигло 82 млн. чел., или 66% населения страны в возрасте старше 12 лет. При этом доля пользователей мобильного интернета составила 61% (50 млн. чел.), число уникальных пользователей за год выросло на 30%, главным образом за счет роста количества гаджетов и браузеров, а число пользователей десктопным (стационарным) интернетом уменьшилось на 1%.

Портал Tjournal.ru сообщает следующее: «К сожалению, люди в интернете ленивы и часто не только не проверяют информацию, но банально не замечают, что сайт является порталом сатирических новостей, а зачастую даже не переходят по ссылкам из соцсетей, мгновенно распространяя дезинформацию дальше. Ничего поделать с этим нельзя, но можно довериться тому, кто проверяет информацию» [11].

Лишь 25% российских пользователей интернета воспринимают его как безопасное место, отмечает директор Регионального общественного центра интернет-технологий С.В. Гребенников. Поэтому учить правилам финансовой и информационной грамотности, при нахождении в интернете, надо, по его мнению, всех. Генеральный директор ВЦИОМ (Всероссийский Центр изучения общественного мнения) А.Федоров при этом добавляет, что в России «самый слабый субиндекс у цифровых компетенций, и самый сильный – у потребления цифровых устройств. А субиндекс безопасности цифровой информации находится посередине». То есть российское население больше потребляет технологий, чем разбирается в них» [12, с.114].

По мнению ректора МПГУ (Московский государственный педагогический университет) А.Лубкова, почти 44% детей в Российской Федерации проводят в сети практически круглые сутки, еще 30% имеют симптомы компьютерной зависимости. «Нам хорошо известно, какой негативный опыт дети получают в информационной среде, если делают это бесконтрольно, неосознанно, в отсутствие надежной медийной навигации. Вопрос медийного информационного сопровождения – это не вопрос отдельного педагога или директора какой-то конкретной школы. Это масштабная государственная задача сегодняшнего дня, – говорил он на международном медиаобразовательном форуме, прошедшем в Москве 16-17 марта 2017 г. [13].

Медиаобразование выступает как педагогическая система, позволяющая использовать современные методики и технологии (формирование коммуникативной компетенции, аудиовизуальной и информационной грамотности) на основе мировоззренческих позиций (развитие критического мышления, выработка собственных концепций на базе информационных потоков, передаваемых по различным каналам связи) [14].

Аудитория, не имеющая опыта потребления информационного продукта, зачастую не взыскательна, использует самые простые и порой просто вредные каналы информации, что влияет на формирование личности, на её гражданскую позицию. Особенно это касается молодежной и подростковой аудитории. Не менее важен и полиэтничный аспект, которым характеризуется аудитория Российской Федерации.

Выводы

Соответственно, исходя из множества перечисленных выше проблем и факторов, настоятельная необходимость интенсивного развития и изучения российского медиаобразовательного опыта представляется очевидной. Творчески овладев им, медиапедагоги смогут более эффективно развивать свои теоретические идеи, методические/технологические подходы, вести экспериментальную работу в школах и вузах, в учреждениях дополнительного образования, в семейных культурно-досуговых центрах и т.д.

Медиаграмотность предоставляет большие возможности по использованию различных информационных ресурсов: телевидение, радио, видеофильмы, кинематограф, пресса, интернет. Вместе с тем нельзя отрицать, что на СМИ лежит ответственная миссия – формирования единой национальной идеи, объективного отражения общественных настроений и изменения сознания людей в позитивном направлении.

К примеру, телевидение посредством выходящих в эфир программ берет на себя обязанности распространять знания, в том числе научные, помогать воспринимать красоту культуры и искусства, передавать образовательную информацию, выполнять просветительские задачи, вести постоянный диалог со зрителем при помощи программ новостей, ток-шоу, документальных фильмов, развлекательных передач, спектаклей, кино и т.д.

Российское общество (включая многие официальные образовательные структуры) пока не полностью осознало насущную потребность активного внедрения медиаобразования в масштабе всей страны, хотя изложение идей и основ медиаобразования и медиакритики неизменно вызывает повышенный интерес.

Литература:

1. ФЕДОРОВ, А.В. *Медиаобразование* // Большая российская энциклопедия. Т. 17. Москва: Большая российская энциклопедия, 2012, с.480.
2. ФЕДОРОВ, А.В. *Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза*. Москва: Информация для всех, 2007. 616 с.
3. ФЕДОРОВ, А.В. , ЧЕЛЬШЕВА, И.В. *Медиаобразование в России: краткая история развития*. Таганрог: Познание, 2002. 266 с. ISBN 5-94673-005-3
4. ЧЕЛЬШЕВА, И.В. Массовое медиаобразование: перспективы взаимодействия России и Великобритании. В: *Медиаобразование. Media Education*, 2015, №4.
5. *Кто есть кто в Российском медиаобразовании* [Доступно: 30.10.2017] <http://www.medigram.ru>
6. ФЕДОРОВ, А.В. *Медиаобразование: вчера и сегодня*. Москва: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2009. 234 с.
7. *Медиаобразование в России: проблемы и перспективы*: Материалы Первой Всероссийской интернет-конференции Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России 2004 [Доступно: 30.10.2017] <http://www.ict.edu.ru/ft/004100/mediaedu.pdf>
8. Исследование Synovate Comcon: *Жители России Всё Меньше Доверяют Телевидению* [Доступно: 30.10.2017] <http://gtmarket.ru/blog/comcon/2012/07/24/4647>
9. *Гайдаровский форум*. Доступно: 30.10.2017 <http://www.gaidarforum.ru/>
10. *Российский Интернет Форум 2015*. Доступно: 30.10.2017 http://2015.russianinternetforum.ru/upload/gazeta/rif15-gazeta-issue_02.pdf
11. *Мнение: Фейки бесполезно опровергать* [Доступно: 30.10.2017] <https://tjournal.ru/56955-mnenie-feyki-bespolezno-oprovergat>
12. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, Управление периодической печати, книгоиздания и полиграфии, Российская периодическая печать Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. 2016 УДК 339.13:[050 + 070] (470) ББК 65422.5 + 76.02 Авторский знак – P76 ISBN 978-5-904427-39-9
13. Сетевое издание «РИА Новости» Эксперты: *Медиаобразование поможет школьникам отличить правду от фейка*, 21.03.2017 [Доступно: 30.10.2017] <https://ria.ru/sn/20170321/1490482430.html>
14. БОНДАРЕНКО, Е.А. Медиаграмотность и информационная культура в современной российской школе. В: *Международный электронный научно-образовательный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация»*, 7 номер, 2013 [Доступно: 30.10.2017] <http://mic.org.ru/new/239-mediagramotnost-i-informatsionnaya-kultura-v-sovremennoj-rossijskoj-shkole>

Prezentat la 22.10.2017