

В. И. Сапунов
Воронежский государственный
университет, Воронеж
В. Н. Дорохин
Воронежский государственный
университет, Воронеж

АКТУАЛИЗАЦИЯ ЗАЩИТНЫХ ТЕОРИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В «ЭПОХУ ПОСТПРАВДЫ» ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

В 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 равноуровневые учебные курсы.

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

Последние три десятилетия характеризуются рядом радикальных информационных преобразований в Российской Федерации, в основе которых лежит медиаобразование, имеющее целью сделать граждан более опытными создателями и продюсерами медиасообщений, облегчить восприятие преимуществ и ограничений каждого вида медиа, а также создавать собственные независимые медиа. Основными предпосылками данного учения в исторической перспективе можно назвать регулярные смены социально-политических дискурсов и возрастающее влияние НТР и НТП на жизнь подавляющего большинства граждан.

Сфера гуманитарного знания наравне с научной картиной мира также регулярно подвергаются различного рода трансформациям, формируемым в том числе за счёт нивелируемой мультипарадигмы общественного мнения. Тенденции в современной системе образования позволили заявить о доминирующей роли регулярно увеличивающихся информационных потоков в жизнедеятельности преподавателей и обучающихся и, соответственно, связанных с этим условий для адаптации к инновационным форматам обучения (электронные журналы учёта посещаемости, дистанционные онлайн-курсы и пр.), использование актуальных технических средств (сенсорные смартфоны/планшеты, интерактивные доски и пр.), приобретение обучающимися новых социальных ориентиров из сети Интернет, а также ряд языковых метаморфоз из сетевого общения.

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. С. 5].

Совершенство формы журналистики и сферы связей с общественностью, отдельно взятые группы зачастую были против решения или даже постановок некоторых образовательных проблем (с укоренением заданного вектора мысли в общественном сознании). Поэтому процесс выявления и постановки какого-либо острого вопроса практически всегда сопровождался информационным, идеологическим и/или пропагандистским противоборством [4].

Таким образом, подготовка квалифицированных преподавателей на современном этапе должна включать в себя не только педагогическую психологию, но и элементы информатики, социологии, медиаобразования, управления финансами и делового тайм-менеджмента. Однако не каждый вуз, не каждый факультет или не каждое образовательное направление способно в полной мере дать своевременное и актуальное комплексное знание по вышеуказанным дисциплинам, в связи с чем оно начинает развиваться на автономной, добровольной, а главное – коммерческой основе (что вводит определённый порог финансового ценза для преподавателей как одной из

самых экономически не защищённых категорий населения). В итоге в рамках педагогической психологии как ветви «классической» психологии развитие прикладных навыков с обобщением эмпирических знаний для совершенствования учебно-воспитательной практики становится крайне затруднительным или же вовсе невозможным.

Сегодня в науке существует несколько подходов к определению медиаобразования. Например, А. Журин предлагает такие:

1) педагогическая наука, изучающая влияние средств массовой информации на индивидов и разрабатывающая теоретические вопросы подготовки обучающихся к осмыслению этого вопроса;

2) практическая совместная деятельность медиапедагога и обучающихся по их подготовке к использованию средств массовой информации и к пониманию роли медиа в культуре и восприятию мира;

3) образовательная область, содержанием которой являются знания о роли СМИ в культуре и восприятии мира, а также умения эффективной работы с медийной информацией [6].

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 педагогическом 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 [12].

Кроме того, затруднённое налаживание общественных связей для решения образовательных проблем может рассматриваться в качестве частных случаев общественного неустройства или социальной дезорганизации. В данном случае приобретает особое значение роль социального PR и социального акционизма. Выбор целевой аудитории и попытки точечного воздействия с использованием индивидуальных подходов на неё представляют определённые трудности при попытках решения социальных проблем.

Главная задача медиаобразования состоит в трансформации медиапотребления в активный и критический процесс, в помощи 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 [13].

Однако его влияние в современном мире всё ещё недостаточно велико в связи с:

- 1) хаотичным и стремительным распространением информации и цифровых площадок;
- 2) отсутствием всеохватного и справедливого государственного контроля за «вредной» информацией;
- 3) ориентацией интернет-пользователей на непродуктивные коммуникационные модели;
- 4) низким образовательным и культурным уровнем граждан РФ в связи с некомпетентностью работников профильных министерств;
- 5) отсутствием всеохватности и адаптации образовательных программ медиаобразования к различным возрастам и социальным категориям обучающихся;
- 6) излишней бюрократизацией и формализацией образовательных процессов в РФ.

Данные факторы в совокупности допускают попустительство в вопросах контроля за распространением бесполезной или «вредной» информации, а значит, допускают возможность её проникновения на различные цифровые площадки и укоренение в сознании потребителей информации СМК. Таким образом, приоритетную роль в медиаобразовании получают его защитные теории (гражданской защиты, культурных ценностей, этической, экологической

эстетической и социокультурной), а не аналитические (теория развития критического мышления, идеологическая, семиотическая, культурологическая и практическая теории, а также теория удовлетворения потребностей). В этой связи на сегодняшний день существует несколько подходов к целеполаганию в медиаобразовании, отмеченных рядом экспертов в данной области [7; 11].

В образовательной системе Российской Федерации перед педагогами сегодня также стоят задачи разрешения актуальных проблем социально-психологических последствий информационного бума, технологического и медийного самообразования, политико-идеологического влияния реформ Министерства образования, конфликта правового и морально-этического воздействия на обучающихся в педагогике, регулярного самообучения преподавателя, а также трансформации социальных ориентиров и языка под влиянием различного рода информации из Интернета. В сочетании с традиционными критериями практической педагогики современная социальная конъюнктура ставит перед ними и обучающимися новые планки познаний, необходимые для успешной реализации педагогического процесса на практике.

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 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 о социальных, культурных, политических и экономических смыслах и подтекстах	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, созданию 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, можно говорить о выделении экспертами (это медиаконсультанты, медиапсихологи, искусствоведы, педагоги 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. МакМахон, 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) протекционистской доминанты медиаобразования: 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 цифровом пространстве, обучать этому других и рассматривать роль медиасообщений в теории и истории медиакультуры [8; 10].

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. Корочинский, 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:

1. «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).

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

3. «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).

4. «Коммерциализация масс-медиа, 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. Корочинский).

5. «Исходя из изобилия 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) [9].

Основываясь на таких методологических принципах психологии, как системность, комплексность, принцип развития, а также принцип единства сознания и деятельности, педагогическая психология в современной системе высшего образования в каждом конкретном исследовании применяет комплекс методов, частных методик и процедур исследования. Однако один из методов всегда выступает в качестве основного, а другие – в качестве дополнительных.

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 [2; 3].

Исходя из вышесказанного, наиболее приемлемым на сегодняшний день мы видим 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 непременным условием развития изменчивого информационного общества. Отдельно следует решить вопрос о последствиях 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 отчетов и фактически не приносит обучающимся никакой пользы.

Список литературы

1. Вартанова, Е. Л., Засурский, Я. Н. Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели // Информационное общество. 2003. № 3. С. 5–10.
2. Вебер, Л. Эффективный маркетинг в Интернете: социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Ларри Вебер; пер. с англ. Елены Лалаян. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. 320 с.
3. Выгонский, С. И. Обратная сторона Интернета. Психология работы с компьютером и сетью. М.: Изд-во Феникс, 2010. 316 с.
4. Герасевич, В. А. Блоги и RSS: Интернет-технологии нового поколения. СПб.: БХВ–Петербург, 2006. 240 с.
5. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. М., 2010. 200 с.
6. 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. 300 с.
7. Интернет и интерактивные медиа-исследования / под ред. И. Засурского. В 2-х ч. 4.1. М.: Изд-во МГУ, 2007. 242 с.
8. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2011. 348 с.
9. Кихтан, В. В. Информационные технологии в журналистике. Ростов н/Д.: Феникс, 2004. 160 с.
10. Лукина, М. М., Фомичева, И. Д. СМИ в пространстве интернета. МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. 87 с.
11. Медиаконвергенция и мультимедийная журналистик а: материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2010. 146 с.
12. Фатеева, И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. Челябинск, 2007. 270 с.
13. Федоров, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность: мнения экспертов (анализ результатов анкетирования). 2003. URL: <https://psyfactor.org/lib/fedorov11-11.htm> (дата обращения: 15.03.2019).

ACTUALIZATION OF THE PROTECTIVE THEORIES OF MEDIA EDUCATION IN THE “EPOCH OF POST TRUE” OF INFORMATION SOCIETY

Sapunov V. I., Voronezh State University, Voronezh, vsapunov76@rambler.ru

Dorokhin V. N., Voronezh State University, Voronezh, vndorokhin@gmail.com

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 put modern society and science in front of new challenges that can only be solved by introducing defensive theories of media education into multi-level training courses. The issues of protecting the human mind from manipulating the media are exacerbated annually, and the fact of ignoring the media education of schoolchildren and students can also be viewed as anti-human. Today, the main problems of these disciplines at the implementation stage are their complexity, depth and convergence, which can introduce a hard intellectual qualification when studying, making it difficult to master the updated curriculum. The most rational approach is to follow the recommendations of UNESCO in 2002, where it says that media education is part of the basic right of every citizen of any country to freedom of expression and to receive information. Recognizing the differences in approaches and development of media education in different countries, it is recommended

that it be introduced wherever possible within the national curriculum, as well as in the framework of additional, non-formal education and self-education throughout a person's life.

Key words: media education, journalism, protection theory, information, society, science.

References

1. Vartanova, E. L., Zasursky, Ya. N. (2003). Rossiyskiy modul' mediaobrazovaniya: kontseptsii, printsipy, modeli [Russian module of media education: concepts, principles, models]. *Informatsionnoye obshchestvo* [Information Society], 3, pp. 5–10 (in Russ.).
2. Weber, L. (2010). *Effektivnyy marketing v Internete: sotsial'nyye seti, blogi, Twitter i drugiye instrumenty prodvizheniya v Seti* [Effective marketing on the Internet: social networks, blogs, Twitter and other tools to promote the Web]. Moscow, Mann, Ivanov and Ferber, 320 p. (in Russ.).
3. Vygon'skiy, S. I. (2010). *Obratnaya storona Interneta. Psikhologiya raboty s komp'yuterom i set'yu* [The reverse side of the Internet. Psychology of work with computer and network]. Moscow, Publishing house Phoenix, 316 p. (in Russ.).
4. Gerasevich, V. A. (2006). *Blogi i RSS: Internet-tekhnologii novogo pokoleniya* [Blogs and RSS: Internet technologies of a new generation]. St. Petersburg, BHV-Petersburg, 240 p. (in Russ.).
5. *Zhurnalistsika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnyye SMI prevrashchayutsya v mul'timediynnye* (2010) [Journalism and convergence: why and how traditional media are transformed into multimedia], Moscow, 200 p. (in Russ.).
6. *Zhurnalistsika i mediaobrazovaniye v XXI veke – 2007* (2007) [Journalism and media education in the XXI century – 2007], Belgorod. State University, 300 p. (in Russ.).
7. *Internet i interaktivnyye media-issledovaniya* [Internet and interactive media research], Moscow State University, 242 p. (in Russ.).
8. *Internet-SMI: Teoriya i praktika : ucheb. posobiye dlya studentov vuzov* (2011) [Internet media: Theory and practice. Training Handbook for university students], Moscow, 348 p.
9. Kihtan, V. V. (2004). *Informatsionnyye tekhnologii v zhurnalistike* [Information technologies in journalism], Rostov n/d, Phoenix, 160 p. (in Russ.).
10. Lukina, M. M., Fomicheva, I. D. (2005). *SMI v prostranstve interneta* [Media in the Internet space], Moscow State University M. V. Lomonosov, 87 p. (in Russ.).
11. *Mediakonvergentsiya i mul'timediynnaya zhurnalistik a: materialy k obuchayushchim seminarom* [Media convergence and multimedia journalism: materials for training seminars], 2010, Ekaterinburg, Humanitarian University. 146 p. (in Russ.).
12. Fateeva, I. A. (2007). *Mediaobrazovaniye: teoreticheskiye osnovy i opyt realizatsii* [Media education: theoretical foundations and implementation experience], Chelyabinsk, 270 p. (accessed 19.02.2019) (in Russ.).
13. Fedorov, A. V. (2003). *Mediaobrazovaniye i mediagramotnost': mneniya ekspertov (analiz rezul'tatov anketirovaniya)* [Media Education and Media Literacy: Expert Opinions (Analysis of the Results of the Survey)], available at: <https://psyfactor.org/lib/fedorov11-11> (accessed 25.02.2019) (in Russ.).

Сапунов Владимир Игоревич – доцент, доктор филологических наук, профессор факультета журналистики, Воронежский государственный университет.
vsapunov76@rambler.ru

Дорохин Владимир Николаевич – аспирант 2 курса кафедры телевизионной и радиожурналистики, факультет журналистики, Воронежский государственный университет.
vndorokhin@gmail.com