

Филонова Анна Сергеевна

канд. психол. наук, доцент

Алтунина Юлия Олеговна

канд. экон. наук, заведующая кафедрой, доцент

Горлова Ольга Евгеньевна

старший преподаватель, соискатель

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет»

г. Москва

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В АСПЕКТЕ РАЗВИТИЯ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

***Аннотация:** в статье рассмотрены основные подходы к рассмотрению понятий «медиаобразование» и «медиакультура», а также взаимосвязи этих понятий. Более подробно в статье рассмотрен подход, отражающий уровни и результаты медиаобразования, одним из уровней которого является медиакультура. Данный подход отражает соотнесение рассматриваемых нами понятий с уровнями получаемого человеком образования. Несмотря на множество подходов к медиаобразованию, все модели медиаобразования связывает общая постановка и решение задач, которые рассмотрены в статье.*

***Ключевые слова:** медиаобразование, медиакультура, медиаграмотность, медиаобразованность, медиакомпетентность, медиаменталитет.*

Одним из подходов к изучению медиаобразования является его рассмотрение в аспекте медиакультуры как канала, который передает содержание медиакультуры, для того чтобы стать достоянием конкретного человека. Отметим, что в настоящий момент нет единой точки зрения на подходы, методы и содержание медиаобразования, так же, как и то, что в работах отечественных и зарубежных исследователей нет единого подхода к самому понятию «медиаобразование».

Российская педагогическая энциклопедия определяет медиаобразование как вектор педагогики, нацеленный на изучение закономерностей массовой коммуникации и его основных каналов. Такой подход в качестве основной задачи медиаобразования выделяет «подготовку нового поколения к жизни в современных

информационных условиях, к восприятию различной информации, научение человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [7].

В документах ЮНЕСКО под этим термином понимается процесс обучения теории и практике освоения современными средствами массовой коммуникации. Этот процесс является частью особой, автономной области в педагогике [11].

Медиаобразование – это комплекс адресных и последовательных действий, нацеленных на удовлетворение образовательных потребностей, вызываемых массмедиа. Медиаобразование – это коммуникационный процесс, порождающий обучение созданию медиаконтента и медиапотреблению. Данный подход наиболее актуален в период расцвета информационной эпохи, при котором проблемы функционирования медиа вышли за отраслевые рамки и наиболее остро поднимается вопрос интеллектуального потенциала медиа. Важной задачей, стоящей перед современным информационным обществом, является создание культуры информационного общества – медиакультуры.

Медиакультура – «это средство комплексного освоения человеком окружающего мира в его социальных, нравственных, психологических, интеллектуальных и художественных аспектах» [5].

Многие исследователи признают огромную силу влияния медиакультуры на личностное развитие, при этом отмечается всесторонний характер влияния. Медиакультура может воздействовать на познавательную и эмоциональную сферы реципиента, способствовать формированию его мировоззрения, творческого и критического мышления, эстетического сознания.

Рассматриваемые понятия медиакультура и медиаобразование имеют тесную связь между собой. Можно утверждать, что медиаобразование основано на изучении медиакультуры, в частности, и культуры в целом. Как отмечает в своей работе В.С. Библер, «культура есть форма одновременного бытия и общения людей различных – прошлых, настоящих и будущих культур. (...) Культура – это

форма самодетерминации индивида в горизонте личности, форма самодетерминации нашей жизни, сознания, мышления (...) культура – это изобретение «мира впервые» [1].

Остановимся на подходе, отражающем уровни и результаты медиаобразования, одним из уровней которого является медиакультура. В этом случае под медиакультурой мы понимаем единство материальных и нематериальных личностных активов. В данном случае речь идет о медиакультуре в качестве целостности материальных и нематериальных активов личности в медиасреде, определенной системы их воспроизводства и функционирования в обществе, повышения социокультурного опыта в медиасфере. Данный подход, отражающий соотношение рассматриваемых нами понятий с уровнями получаемого человеком образования, представлен в работах Б.С. Гершунского и А.А. Немрич.

В работе Б.С. Гершунского отмечена взаимосвязь общепедагогической градации результатов образования и медиаобразования. Автор выделяет следующие общепедагогические градации результатов образования: грамотность, образованность, компетентность, культура и менталитет [3]. При этом с дошкольным уровнем образования автор соотносит критерий грамотности; критерий образованности – с уровнем основного среднего образования; критерий компетентности – со старшими классами школы, а степень культуры и менталитета с – более высокими образовательными уровнями.

Подобный подход к уровням и результатам медиаобразования просматривается в исследовании А.А. Немрич, которая обозначила следующие результаты в системе медиаобразования: «медиаграмотность – медиаобразованность – медиакомпетентность – медиакультура – медиаменталитет» [6]. На рисунке 1 представлены результаты медиаобразования по А.А. Немрич.



Рис. 1. Результаты медиаобразования (по А.А. Немрич)

На рисунке видно, что итогом первой ступени медиаобразования является медиаграмотность, характерная для этапа дошкольного образования. На данном этапе отмечаются личностные достижения дошкольника, который уже умеет. Данный этап характеризуется определенными личностными достижениями ребенка, который уже умеет формулировать медийную потребность, работать с информацией и контентом, в частности, формировать его как новый медийный продукт.

На второй ступени медиаобразования результатом является медиаобразованность, приобретаемая в начальной и средней школе. Медиаобразованность предполагает созидательный подход к применению полученных знаний и умений в дополнении с опытом эмоционально-ценностного взгляда на реальность. Речь идет о так называемом медиаторчестве. Медиаторчество – продукт медиаобразованности, которое проявляется в виде разработки и создания фотоконтента, видеоконтента, аудиоконтента, выпуске школьной газеты, создании собственного цифрового портфолио и т. п.

Медиакомпетентность – очередной этап в достижении результатов медиаобразования, реализующийся в старших классах школы, и на младших курсах СПО и вузов.

В работе Н.И. Гендиной представлено следующее определение медиакомпетентности: «это умение самостоятельно сформулировать свою информационную потребность и выразить ее словесно; знание основных алгоритмов поиска

информации в зависимости от вида запроса: адресный, тематический, фактографический; умение извлечь информацию из источника и правильно оформить результаты своей информационно-аналитической деятельности» [2].

В формировании культуры медиакомпетентности важное значение играют и становление, и формирование экономики знаний, где настоящие знания играют важную роль, а их производство является основным фактором экономического развития [10]. Как отмечает в статье А.С. Филонова, развитие медиакомпетентности является условием осуществления потенциала и всестороннего развития человека [8].

Многие компании большое значение отводят образовательному и интеллектуальному уровню студентов – будущих работников. В студентах ценится умение ставить цели и идти к их достижению, способность к коммуникациям, командообразованию, наличие интеллектуального капитала, умение критически работать и оценивать поступающую медиаинформацию и медиатексты. Социальной потребностью практики продиктована значимость создания новых подходов и методов повышения развития интеллектуального капитала как существенного источника развития современных высокотехнологичных организаций [9]. Это и определяет высокий уровень запросов к интеллектуальной деятельности, предназначает сложный контекст индивидуального роста. Компетенции будущего работника создают его способность реализовывать коммуникационный обмен в разных поликультурных, национальных и полипрофессиональных средах. Безусловно, развитие медиакомпетентности напрямую связано с ростом психологической культуры личности.

Последнюю ступень в иерархии медиаобразования занимают медиакультура и медиаменталитет, развитие и формирование которых происходят у людей, обучающихся на старших курсах по программам бакалавриата, а также обучающихся магистратуры, аспирантуры, докторантуры. Также формирование медиакультуры и медиаменталитета осуществляется и в процессе профессиональной деятельности.

Медиаменталитет представляет собой неизменные, глубинные основы мировосприятия, мировоззрения и поведения, придающие личности неповторимость в сочетании с доступностью к медиаинформации, способностью к исчерпывающей самореализации в медиаинформационном обществе.

Кроме рассмотренных в данной статье подходов к медиаобразованию существуют и множество других различных позиций, но все модели медиаобразования связывает общая постановка и решение задач, направленных на: развитие критической компетенции к потребляемой информационной продукции у взрослых и подростков; усвоение языка средств массовой информации через производство собственных медиатекстов, изучение медиаграмотности детьми и подростками; умение адаптироваться в медиасреде; обеспечение самоопределения детей и подростков в современной медиасреде через медиатворчество; формирование медиакультуры педагогического сообщества, родителей, органов управления образованием; профилактику медиааддикций; обучение навыкам защиты от манипулятивных воздействий массмедиа; приобретение практических навыков в выявлении ложных сведений и искажений в приобретаемой информации.

Реализация поставленных задач возможна с помощью разнообразных форм медиаобразования, которые могут быть использованы в работе со школьниками и студентами. К таким формам можно отнести: лекции, беседы, написание рецензий, сочинений, творческие работы, в виде подготовки репортажа, статьи, интервью, мини-сценария, рассказа от имени героя фильма, телепередачи. Работа с визуальными коммуникациями также является важной составляющей медиаобразования и выражается в работе с раскадровкой, составлении коллажей, афиш, киновидеосъемке и т. д. При анализе произведений медиакультуры часто используют дискуссионные методы в форме анализа жизненных ситуаций, «мозгового штурма». Работа с медиаконтентом может быть включена в ход конкурсов, викторин, олимпиад или игр, которые представляют собой соревновательные формы приобщения обучающихся к медиаобразованию.

Особо отметим тренинг, как наиболее эффективную форму взаимодействия с аудиторией в рамках реализации заявленных задач [4].

Решение данных задач направлено на формирование медиакультуры как средства комплексного освоения человеком окружающего мира в его различных аспектах: социальных, нравственных, психологических, интеллектуальных и художественных.

Список литературы

1. Библер В.С. От наукоучения – к логике культуры. Два философских введения в двадцать первый век / В.С. Библер. – М.: Политиздат, 1991. – 413 с.
2. Гендина Н.И. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство (результаты российских исследований) / Н.И. Гендина // Школьная библиотека. – 2005. – №3. – С. 18–24.
3. Гершунский Б.С. Философия образования для XXI века (В поисках практико-ориентированных образовательных концепций) / Б.С. Гершунский. – М.: Совершенство, 1998. – 432 с.
4. Горлова О.Е. Тренинговые технологии в проведении практических (в том числе семинарских) занятий / О.Е. Горлова, А.С. Филонова, Ю.О. Алтунина // Современное технологическое образование: проблемы и решения: материалы III Международной научно-практической интернет-конференции. – 2020. – С. 21–26.
5. Кириллова Н.Б. От медиакультуры к медиалогии / Н.Б. Кириллова // Культурологический журнал. – 2011. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cr-journal.ru>
6. Немирич А.А. Медиаобразование в России: на пути к медиаменталитету / А.А. Немирич // Знак: проблемное поле образования. – 2011. – №2. – С. 21–27.
7. Российская педагогическая энциклопедия / под ред. В.В. Давыдова. – М.: Большая российская энциклопедия, 1993. – 1160 с.
8. Филонова А.С. Формирование медиакомпетентности студентов в условиях развития высшей школы / А.С. Филонова // Вопросы современной педагогики и психологии: свежий взгляд и новые решения: сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 45–47.

9. Филонова А.С. Использование кайдзен-технологии в образовательном процессе и в деятельности организаций / А.С. Филонова, Ю.О. Алтунина, О.Е. Горлова // Финансовая экономика. – 2019. – №11. – С. 73–75.

10. Филонова А.С. Развитие маркетинговой компетентности специалистов как способ повышения конкурентоспособности медиабизнеса в современных условиях / А.С. Филонова, Н.В. Губанова, О.В. Кублашвили // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2018. – №4. – С. 39–42.

11. UNESCO, 1984. Media education. Paris: UNESCO. P. 8.

Anna S. Filonova

candidate of psychological sciences, associate professor

Yulia O. Altunina

candidate of economic sciences, head of Chair, associate professor

Olga E. Gorlova

senior lecturer, degree seeking applicant

FSBEI of HE “Moscow Polytechnic University”

Moscow

MEDIA EDUCATION IN THE ASPECT OF MEDIA CULTURE DEVELOPMENT

Abstract: *the article discusses the main approaches to the consideration of the concepts of «media education» and «media culture», as well as the interrelation of these concepts. The article more thoroughly discusses the approach that reflects the levels and results of media education, one of the levels of which is media culture. This approach reflects the correlation of the concepts considered by us with the levels of education received by a person. Despite the many approaches to media education, all models of media education are connected by a common statement and solution of the problems discussed in the article.*

Keywords: *media education, media culture, media literacy, media education, media competence, media mentality.*

References

1. Bibler V. S. From science-to the logic of culture. Two philosophical introductions to the twenty-first century. – Moscow: Politizdat, 1991. – 413 p.
2. Gendina N. I. Information literacy or information culture: alternative or unity (results of Russian research) // School library. 2005. No. 3. – Pp. 18–24.
3. Gershunsky, B. S. Philosophy of education for the XXI century. (In search of practice-oriented educational concepts) / B. S. Gershunsky. M.: Perfection, 1998. – 432 p.
4. Gorlova O. E., Filonova A. S., Altunina Yu. O. Training technologies in conducting practical (including seminars) classes // Modern technological education: problems and solutions. Materials of the III International scientific and practical Internet conference. – 2020. – P. 21–26.
5. Kirillova N. B. From media culture to Medialogy// Cultural journal. 2011. No. 4 [Electronic resource] / access Mode: <http://www.cr-journal.ru>
6. Nemirich A. A. media Education in Russia: on the way to media mentality. /A. A. Nemirich // Sign: problem field of education. -2011, no. 2, P. 21–27.
7. Russian pedagogical encyclopedia ed. by V. V. Davydov. – M.: Big Russian encyclopedia 1993. -1160 p.
8. Filonova A. S. Formation of media competence of students in the conditions of higher school development //Questions of modern pedagogy and psychology: a fresh look and new solutions.collection of scientific papers on the results of the international scientific and practical conference. – 2017. – P. 45–47.
9. Filonova A. S., Altunina Yu. O., Gorlova O. E. the Use of Kaizen technology in the educational process and in the activities of organizations// Financial Economics, 2019, no. 11, Pp. 73–75.
10. Filonova A. S., Gubanova N. V., Kublashvili O. V. Development of marketing competence of specialists as a way to increase the competitiveness of media business in modern conditions//News of higher educational institutions. Problems of printing and publishing. – 2018, no. 4. – Pp. 39–42.
11. UNESCO, 1984. Media education. Paris: UNESCO. P. 8.