

УДК 316.78

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНЫХ ЭФФЕКТАХ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Усачева А.В.,

к.и.н., доцент кафедры педагогики и психологии образования,

Уральский федеральный университет

имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

г. Екатеринбург, Россия

e-mail: alenausacheva@rambler.ru

TO THE QUESTION OF SOCIAL EFFECTS OF MEDIA EDUCATION

Usacheva A.

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of

Pedagogy and Psychology of Education,

Ural Federal University

The name of the first President of Russia BN. Yeltsin.

Yekaterinburg, Russia

e-mail: alenausacheva@rambler.ru

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблемам использования медиа в образовательном процессе и определению социальных эффектов медиаобразования.

Автор уточняет смысл определений «медиа», «медиакомпетентность», «медиаактивность», приводит классификацию медиа, уточняет их образовательные функции, описывает социальные эффекты педагогической, интерактивной медиаобразовательных моделей, гражданского подхода к медиаобразованию.

ABSTRACT

The article is devoted to the problems of the use of media in education and the definition of the social effects of media education.

The author clarifies the meaning of "media" definitions, "media competence", "mediaaktivnost", leads the classification of the media, said their educational function, describes the social effects of educational, interactive media education models of civil approach to media education.

Ключевые слова: медиа, медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность, медиаактивность, медиаобразовательные модели.

Keywords: media, media education, media literacy, media competence, media activity, media education model.

В современном глобальном информационном обществе информация, знания и коммуникация составляют основу развития человеческой личности. Как дети, так и взрослые постоянно находятся под влиянием разнообразных потоков информации, передаваемых по каналам, число которых растет с каждым годом. Ключевыми тенденциями XXI века выступают: постоянно меняющаяся и изменяющаяся структура рынка труда, доступность многообразной информации, быстрое изменение технологий, креативность и творчество (самый востребованный продукт образования, ведущий фактор экономического роста и национальной и личностной конкурентоспособности), ценность самоидентификации личности.

Вследствие этого, все более актуальными становятся проблемы формирования культуры общения с медиа, защиты человеческого сознания от манипулирования со стороны средств массовой информации, развитие умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, критического мышления, воспитания медиаграмотности. Решение указанных проблем способно обеспечить медиаобразование.

Долгое время медиаобразование ассоциировалось исключительно с применением на учебных занятиях технических средств (компьютеров, медиапроекторов, мультимедийных досок и т.п.), отдельных сторонах технологий использования этой аппаратуры в образовательном процессе.

Известный российский специалист в области медиаобразования А.В. Федоров определяет медиа как технические средства, с помощью которых создается, записывается, тиражируется, хранится, распространяется информация, производится ее обмен между автором сообщения (субъектом) и массовой аудиторией (объектом). А.В. Федоров подчеркивает, что медиа являются комплексным средством освоения человеком окружающего мира во всем его многообразии, а именно – в социальных, моральных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах) [6].

В современной педагогической литературе, посвященной проблемам медиаобразования, принята следующая классификация средств информирования, т.е. медиа [1].

Классификация медиа

Таблица 1

№	Основание	Вид
1	Тип основного средства	Интернет, видео, кино, печать, радио, телевидение и пр.
2	Канал восприятия	Аудио, аудиовизуальные, видео, графические, знаковые – текстовые
3	Место использования	Индивидуальные, групповые, массовые, домашние, рабочие, транспортные и иные
4	Содержание информации	Идеологические, познавательно-обучающие, нравственно-воспитательные, политические, экологические, экономические, эстетические
5	Функции и цели	Образование, общение, получение информации,

№	Основание	Вид
	применения	развлечение, решение бытовых проблем, социальное управление
6	Результат воздействия на человека	Расширение кругозора, регуляция состояния, самовоспитание, самообучение, самоопределение, самопознание, самоутверждение, социализация
7	Признак подготовки или демонстрации информации	Устройства: 1) для подготовки данных (фотокамера, аналоговая и цифровая видеокамера, звукозаписывающая аппаратура); 2) для представления готовых данных (видеоплеер, DVD – проигрыватель, CD – аппаратура и др.); 3) позволяющие подготовить и продемонстрировать имеющиеся материалы (компьютер, видеомэгнитофон, музыкальный центр).
8	Форма представления данных	Устройства: 1) аналоговые; 2) цифровые.

Анализ существующей практики использования средств массовой коммуникации и информации в образовании позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время реализуется несколько подходов:

- 1) интегрированный подход (использование средств массовой коммуникации и средств массовой информации в преподавании специфических учебных предметов, требующих большей художественной, наглядной, эмоциональной нагрузки – мировой

художественной культуры, литературы, музыки, изобразительного искусства, истории и проч.;

- 2) факультативный подход (применение средств массовой коммуникации и средств массовой информации в процессе организации курсов по выбору (факультативных, элективных), при проведении учебных и внеучебных мероприятий);
- 3) специальный подход (введение новых предметов, спецкурсов, связанных с медиакультурой) –медиаобразование.

Многообразие медиа предоставляет преподавателю возможность использовать их богатый потенциал. При этом медиа выступают каждый раз в новой роли:

- в качестве инструмента обработки программного материала;
- в качестве помощника в учении, позволяющее обеспечить приращение объема и повышение качества знаний или уровня учебного материала;
- в качестве инструмента виртуального моделирования действительности;
- в качестве средства коммуникации (обмен электронными письмами, организация видеоконференций, вебинаров, online–консультаций т.п.).

В каждой указанной ролевой позиции медиа выполняют ряд специальных функций.

Функции медиа

Таблица 2

№ п/п	Функция	Содержание
1	Информационная	сообщение о различных фактах, происшествиях, событиях
2	Аналитическая	комментирование излагаемых фактов
3	Познавательно-	пополнение фонда знаний потребителей

№ п/п	Функция	Содержание
	просветительская, образовательная	информации в лице слушателей, зрителей, читателей
4	Нравственно-воспитательная	отображение морально-эстетические образцов социального поведения, нравственных, моральных, эстетических принципов, представлений о добре и зле
5	Воздействия	влияние на позицию и поведение людей
6	Гедонистическая	обеспечение досуга, отдыха, удовлетворения эстетических потребностей аудитории

Не вызывает сомнения, что использование медиа в образовательных целях приводит к изменению характера образовательного процесса, формированию субъект–субъектных отношений при увеличении доли самостоятельной деятельности студентов и школьников. Эффектом медиаобразовательной деятельности должно стать не просто формирование медиаграмотности (умения критически оценивать продукцию массмедиа, декодировать, анализировать и создавать медиатексты, осознавать мотивы их создателей и суггестивный потенциал, который они в них вкладывают), но воспитание медиакомпетентной личности. Медиакомпетентность – комплексное понятие, включающее в себя медиаграмотность, понимание сущности экспрессивно–информационного потока, суггестивную грамотность, осмысленный подход к медиа как носителям противоречивой информации, визуальную грамотность, оценку своей субъектной роли в медиасреде [7].

Указывая на отличия целевых ориентиров медиаобразовательной деятельности (формирования медиаграмотности или медиакомпетентности), И.В. Жилавская высказала мнение о функционировании в современной медиаобразовательной практике двух медиаобразовательных моделей – педагогической и интерактивной (журналистской). В случае с

педагогической моделью целевым ориентиром выступает воспитание медиакомпетентной личности. Интерактивная модель решает задачи привлечения аудитории к СМИ, к созданию текстов СМИ, формированию медиакомпетентной аудиторией собственного СМИ и его позитивного имиджа. Последняя, по утверждению И.В. Жилавской, имеет прикладной характер и выраженную мотивацию медиаспециалистов, и, следовательно, более эффективна, нежели педагогическая [4].

Говоря о большей или меньшей эффективности каждой из названных моделей, следует учитывать характер и уровень мотивации целевой аудитории (личный интерес, лежащий в сфере образовательной или коммерческой деятельности). В этом смысле, на наш взгляд, педагогическая модель медиаобразовательной практики имеет более высокую ценностную составляющую.

С точки зрения гражданского подхода к медиаобразованию, призванного снять противоречия между педагогической и журналистской моделями, его «социальный смысл заключается не столько в повышении медиакомпетентности индивида, сколько в формировании установки на медиаактивность»[5]. Медиаактивность формируется в процессе систематической целенаправленной, методически и дидактически продуманной образовательной деятельности, направленной на поиск, получение, потребление, передачу, производство и распространение массовой информации (напр., самостоятельная пресса, блогосфера). По справедливому замечанию И. М. Дзялошинского, существования независимых информационных ресурсов и высокой медиаактивности граждан является условием развития гражданских коммуникаций, обеспечивающих становление и развитие гражданского общества[3].

Все вышесказанное позволяет определить ожидаемые социальные эффекты медиаобразования, в частности:

- повышение доступности качественного образования вследствие овладения технологиями критического общения с различными каналами передачи информации;
- разнообразие возможностей культурного познания;
- достижение учащимися образовательных и личностных результатов, которые позволяют успешно социализироваться в условиях быстро меняющегося мира;
- формирование потребности в образовании через всю жизнь;
- изменение системы подготовки и совершенствования профессионального мастерства педагогов;
- изменение технологий профессиональной деятельности преподавателей и учебной деятельности учащихся;
- становление гражданского общества вследствие развития гражданских коммуникаций.

Список литературы

1. Media [Сайт МедиаПедагогика]. – URL: <http://media-pedagogics.ru/lectures.html>
2. «Актуальные задачи медиаобразования»: Сборник научно-методических статей к конференции "Актуальные задачи медиаобразования в условиях расширения общественного участия в управлении образованием" (7–9 декабря 2009 г.) – Екатеринбург: Банк культурной информации, 2009. – 200 с.
3. Дзялошинский И. Гражданские коммуникации и публичная политика. – Источник: <http://ashpi.asu.ru/rapn/reports06/dzlashnsky.html>
4. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. – 322 с.–С.107
5. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. – 322 с.–С.110

6. Федоров, А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. – М.: Директ–медиа, 2014. – 62 с.
7. Фортунатов А.Н. Медиапедагогика или техновоспитание? // Философия и общество. – 2011. – № 3. – С. 135–154.