

Петрова Екатерина Викторовна,
кандидат философских наук, научный
сотрудник, Институт философии РАН,
г. Москва, Россия.

*Медиаобразование в
информационном обществе.*

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Петрова Е. В.

Институт философии Российской Академии наук

В последнее время в литературе по проблемам информационного общества появился новый интересный термин – «медиаобразование». Различные исследователи этой проблематики вкладывают в него разный смысл.

Вопрос о том, что такое медиаобразование, в чем его сущность и характерные особенности, стал в последнее время одним из самых дискуссионных в социологии, педагогике, журналистике, психологии и философии.

Медиаобразование сегодня можно разделить на следующие основные направления:

1) медиаобразование будущих профессионалов (журналистов, сценаристов, режиссеров, операторов, редакторов, кинокритиков, продюсеров);

2) медиаобразование будущих педагогов в университетах и педвузах;

3) медиаобразование как составная часть общего образования школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах;

4) медиаобразование в культурно-досуговых центрах;

5) дистанционное образование с помощью ТВ и Интернета;

6) самостоятельное (непрерывное) медиаобразование, которое может осуществляться в течение всей жизни.

ЮНЕСКО рассматривает медиаобразование как приоритетное направление педагогики XXI века, а информационный фактор – как ведущий в процессе обучения. В материалах ЮНЕСКО есть такое определение медиаобразования: «Под медиаобразованием (media education) следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической, автономной области знаний

в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования медиа как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких как, например, математика, физика или география» [5, с. 8].

«Центральная и объединяющая концепция медиаобразования – репрезентация (representation). Медиа не отражает реальность, а репрезентирует, т.е. представляет ее. Главная цель медиаобразования – «денатурализация» медиа. Медиаобразование в первую очередь – исследовательский процесс. Медиаобразование базируется на ключевых концепциях, которые в большей степени являются аналитическими инструментами, чем альтернативным содержанием. Медиаобразование – это процесс, продолжающийся всю жизнь. Медиаобразование имеет целью не просто критическое понимание (critical understanding), но и критическую автономию (critical autonomy)». Такую концепцию медиаобразования дает известный британский исследователь Л. Мастерман [2, с. 22-23].

В контексте теории социальной модернизации интересна и точка зрения С. Фейлитзена, согласно которой медиаобразование означает критическое мышление, существенным элементом которого является создание учащимися собственной медиапродукции. Медиаобразование необходимо для активного участия как в демократическом процессе, так и в процессе глобализации (globalization) и должно основываться на изучении всех видов медиа [3, с. 24-26].

А вот еще одна точка зрения, энциклопедическая: «Медиаобразование – это изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Медиаобразование связано одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, так и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания, тогда как изучение медиа (media studies) обычно связывается с практической работой по созданию медиатекстов. Как медиаобразование (media education), так и изучение медиа (media studies), направлены на достижение целей медиаграмотности (media literacy) [4, с. 94].

С помощью массовой коммуникации человек может расширять свои знания, воспринимать данные, факты, информацию, устанавливать взаимосвязи. То есть, человек может обучаться с помощью СМИ. Обучающую функцию выполняют, прежде всего детские и юношеские передачи. Взрослые, как правило, обучаются через информационные программы, а также приобретают знания, просматривая теленовости. Но с

помощью СМИ человек может получать не только данные, факты и информацию. Масс-медиа формируют и некие установки, т.е. когнитивно-эмоциональные оценки людей, содержаний и предметов.

Образовательные передачи для детей должны стимулировать когнитивное развитие юных зрителей. Некоторые зарубежные исследователи приходят к выводу, что с помощью телевидения можно добиться увеличения количества и глубины знаний у зрителей детского и юношеского возраста. Этот результат наиболее вероятен при просмотре передач, которые специально разработаны для этой цели и прошли проверку с помощью суммарного и формативного оценивания. Конечно, передачи такого рода едва ли позволяют сократить пробел в знаниях у детей из разных социальных слоев, так как очевидно, что дети из высокообеспеченных семей и семей среднего достатка получают от них большую пользу, чем дети из малообеспеченных слоев населения. На овладение речью, приобретение навыков чтения, работу воображения и общие школьные успехи влияние телевидения одинаково и не зависит от социального происхождения ребенка. Комсток обобщает это следующим образом: «Просмотр телевизора отрицательно коррелирует с развитием ребенка, когда вытесняет интеллектуально и практически более богатую среду, предоставляющую лучшие возможности для получения опыта. Положительное влияние телевидения возможно только в том случае, если оно дополняет эту среду» [1, с. 156].

Подводя итоги, нужно отметить, что в современном информационном обществе проблема качества, интенсивности и доступности образования стоит очень остро. Современные темпы развития таковы, что знания устаревают очень быстро, а потребность в новых знаниях колоссальна. Если раньше учебные программы не менялись десятилетиями, то сейчас они пересматриваются чуть ли не каждый год. Необходимо максимально интенсифицировать процессы обучения, не упуская при этом ни одной возможности, будь то дистанционное обучение или создание обучающих телепрограмм для детей. Важное значение имеет медиаобразование как овладение современными средствами массовой коммуникации и как развитие аналитических способностей и критического мышления для адекватной оценки предоставляемой ими информации. Без использования всех образовательных возможностей, которые предоставляют нам современные информационно-коммуникативные технологии, нельзя подготовить специалиста, квалификация которого соответствовала бы быстро меняющимся реалиям жизни.

Литература

1. Винтерхофф-Шпурк, П. Медиапсихология. Основные принципы / П. Винтерхофф-Шпурк. – Харьков, 2007.
2. Мастеран, Л. Обучение языку средств массовой информации / Л. Мастеран // Специалист. – 1993. – №4. – С. 22-23.
3. Feilitzen, C. Media Education. Children and Media. – UNESCO & NORDICOM, 1999. – P. 24-26.
4. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences.
5. Media education.