

УДК 316.77:001.8

ББК С55.325.1:С55.57

Ч-411

И. В. Челышева
Таганрог, Россия

ИССЛЕДОВАНИЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕДИАТЕКСТОВ В ПРАКТИКЕ РОССИЙСКОЙ И БРИТАНСКОЙ МЕДИАПЕДАГОГИКИ*

** Статья написана при финансовой поддержке гранта РГНФ «Стратегии современного британского медиаобразования и его влияние на российскую медиапедагогику», проект № 13-36-01001. Руководитель проекта – И. В. Челышева*

Статья посвящена анализу основных тенденций и перспектив анализа и интерпретации произведений медиакультуры. Автором рассматриваются основные положения анализа медиатекста, характерные для отечественного и британского медиаобразования.

Ключевые слова: медиа, медиакультура. медиаобразование, анализ медиатекста, формы и методы медиаобразования.

I. V. Chelysheva
Taganrog, Russia

THE STUDY AND INTERPRETATION OF MEDIA TEXTS IN THE PRACTICE OF RUSSIAN AND BRITISH MEDIA *

This article analyzes the main trends and prospects of the analysis and interpretation of works of media culture. The author considers the main provisions of analyzing media texts that are typical of domestic and British media education.

Keywords: media and media culture, media education, the analysis of a media text, forms and methods of media education.

Современная цивилизация, культура, общество, человек — все эти понятия неразрывно связаны с медиакulturой. Информация, передаваемая по каналам масс-медиа, становится в современных условиях «продуктом» индустрии сознания, но, вместе с этим, далеко не всегда является всесторонней и достоверной. Односторонняя или искаженная информация, несомненно, нуждается в осмыслении. Возникновение глобальной и интерактивной системы коммуникации, широкое проникновение в жизнь человека средств массовой коммуникации и информации порождают новые проблемы, направленные на осмысление взаимоотношения общества с миром медиа.

В произведениях современной медиакультуры отражаются социальные, моральные, культурные процессы, происходящие в обществе. Это отражение проецирует не только происходящие события, но и чувства, мысли, переживаемые современным человеком. По мнению Г. В. Грачева «основной и центральной мишенью информационного воздействия является человек, его психика. В то же время именно от отдельных личностей, их взаимосвязей и отношений зависит нормальное функционирование отдельных общностей и социальных организаций от малой группы до населения страны, государства, общества в целом» [Грачев, 2008, с. 8].

Большую озабоченность педагогов и психологов вызывают насилие и жестокость, активно насаждаемые медиаканалами. Криминальная хроника занимает одно из ведущих мест в тематике медиакультуры. По проценту отведенных на это страниц или эфирного времени криминальные медиатексты стоят на втором месте после рекламы.

Дети и подростки нередко становятся жертвами медиаманипуляции и медианасилия в интернет-пространстве: социальных сетях, блогах, на форумах и в чатах. В связи с этим проблемы медиабезопасности подрастающего поколения

выходят по значимости на одно из первых мест и становятся столь же важными, как изучение основ безопасности жизнедеятельности в реальной жизни.

Эти и другие негативные факторы, наряду с положительными сторонами массмедиа (доступность информационных ресурсов, общение «без границ»), актуализируют важность внимания исследователей к проблемам медиабезопасности подрастающего поколения в медиамире, выработке стратегий развития медиакомпетентности современных детей и подростков, которые с ранних лет становятся активными пользователями медиаресурсов.

Вопросы медиабезопасности, то есть безопасного существования и сосуществования в медиамире, все активнее обсуждаются в научных и общественных кругах. В некоторых российских школах проводятся уроки медиабезопасности, на которых учащихся знакомят с основными правилами безопасного поведения в Интернете, общения в социальных сетях и использования многочисленных он-лайн-программ. Зачастую такая информация размещается на школьных сайтах, становится темой родительских собраний и т. п. Сегодня становится очевидным, что знание подрастающим поколением основных правил защиты от негативной информации является необходимым и обязательным условием общения с миром медиакультуры.

Вместе с тем, масс-медиа все активнее берут на себя обучающие, просветительские функции, являются своеобразной «параллельной школой» для подрастающего поколения, которое все чаще называют «медийным». И хотя степень осведомленности о различных средствах массовой коммуникации зависит от множества факторов (основными из которых являются возрастные особенности аудитории, наличие медийных средств и т. д.), интерес, проявляемый к медиа, неизменно растет, а свободное время большинства сегодняшних детей и молодежи тесно связано именно со средствами массовой коммуникации. Изучение и освоение медиакультуры, установление социокультурных связей между человеком и медиакультурными процессами современности осуществляется в процессе медиаобразования.

Медиаобразование выступает одним из путей приобщения подрастающего поколения к полноценному осмыслению медийной информации. Актуальные проблемы медиапедагогики находят свое отражение в трудах ведущих российских исследователей: Л. М. Баженовой, А. В. Спичкина, Ю. Н. Усова, А. В. Шарикова, А. В. Фёдорова и других. Конечной целью медиаобразования является развитие медиакомпетентности учащихся и студентов, способствующей общению с медиа под критическим углом зрения, с пониманием значимости медиа в жизни.

Становится очевидным, что в условиях, когда информационная среда одновременно выступает средством не только информации, но и дезинформации, современному подрастающему поколению необходимо умение критически относиться к многочисленным произведениям медиакультуры (фильмам, телепрограммам, сайтам, компьютерным играм).

Специфика произведений медиакультуры заключается в том, что они несут в себе «не только объективный факт, но и субъективное его воссоздание, в процессе которого запечатлеваются чувства художника-автора, его отношение к этому факту, оценка, истолкование. В окончательном образном обобщении этого факта перед нами открываются мировосприятие художника, его идеологические, философские, эстетические взгляды. Оценивая их, мы тем самым проверяем, уточняем, формируем свое отношение к миру, а порой в эмоционально-образной форме искусства заново открываем для себя окружающий мир» [Лотман, 1992, с. 20–21]. Таким образом, медиатексты, выполняя одновременно информационную и коммуникативную функции, являются результатом творческого осмысления его сущности субъектами, вовлеченными в процесс создания и восприятия медиаинформации. Это обусловлено тем, что произведения медиакультуры, как и любой художественный текст, в широком смысле передают «мысли о мыслях, переживания переживаний, слова о словах, тексты о текстах» [Бахтин, 1997, с. 307].

Как в России, так и в Великобритании, можно выделить несколько подходов к медиаобразованию, каждый из которых предопределяет цели и задачи ме-

диаобразовательного процесса. Однако одной из центральных проблем отечественной и британской медиапедагогики остается развитие умений анализировать произведения медиакультуры.

К началу XXI столетия в России и в Великобритании разработан целый ряд медиаобразовательных программ для школьников и студентов, где одним из центральных понятий выступает анализ произведений медиакультуры. Изучение и интерпретация медиатекстов различных видов и жанров решают задачи формирования активной позиции по отношению к медиакультуре: «педагоги должны помочь учащимся понять, как масс-медиа могут обогатить знания и опыт медийной аудитории, опираясь на критический анализ медиатекстов с помощью «ключевых понятий» медиаобразования» [Михалева, 2009, с. 81].

Критический анализ медиатекста представляет собой мыслительный процесс выявления свойств и характеристик медиапроизведения в целом, его составных частей и элементов в контексте личной, социокультурной и авторской позиции, предполагающий полноценное восприятие медиатекста, умение группировать факты, свойства и явления, классифицировать их, раскрывать существенные стороны изучаемого медиапроизведения, его внутреннюю структуру. Адекватный отбор информации, его восприятие, интерпретация и рефлексия являются основой для формирования собственных позиций по отношению медиатексту, его критической и самостоятельной оценке, являющейся основой для практического применения в дальнейшей деятельности [Челышева, 2009].

Общая схема анализа медиатекста, цель которого определяется как «формирование навыка целенаправленного многостороннего восприятия информации и разносторонней оценки произведений медиакультуры» [Бондаренко, 2000, с. 39], включает работу со следующими компонентами: определение вида СМИ, категории сообщения, поиск возможных ошибок и неточностей медиасообщения, характеристику медиаязыка, особенности звукового решения, выразительных средств, определение потенциального адресата медиатекста (тип аудитории, социальный статус), определение цели медиасообщения, соответствие целей и средств данного медиатекста и т. д.

Интерпретация медиатекста – неотъемлемый компонент его полноценного исследования. В гуманитарных науках под интерпретацией понимается «фундаментальный метод работы с текстами как знаковыми системами» [Современные философские проблемы, 2006, с. 534]. В контексте анализа медиасообщений интерпретация – процесс перевода сообщения, выраженного в языке медиа на язык воспринимающего его индивида [Усов, 1980, с. 15]. Интерпретация произведений медиакультуры предполагает «способность к аудиовизуальному мышлению, анализу и синтезу пространственно-временной формы повествования медиатекстов, к отождествлению с героем и автором, к пониманию и оценке авторской концепции в контексте структуры произведения» [Фёдоров, 2001, с. 13].

Интерпретация медиатекста предполагает умение анализировать его, опираясь на обширные знания; понимание авторской позиции (согласия или несогласия с ней); оценке социальной значимости произведения; умение соотнести эмоциональное восприятие с понятийным суждением, перенося это суждение на другие виды и жанры медиапроизведений; трактовать название медиатекста как образное обобщение [Фёдоров, 2001, с. 15].

Исследование и интерпретация произведения медиакультуры представляет собой процесс анализа медиатекста, при котором последний «предстает перед нами не как реализация сообщения на каком-либо одном языке, а как сложное устройство, хранящее многообразные коды, способное трансформировать получаемые сообщения и порождать новые, как информационный генератор, обладающий чертами интеллектуальной личности. В связи с этим меняется представление об отношении потребителя и текста. Вместо формулы «потребитель дешифрует текст» возможна более точная — «потребитель общается с текстом» [Лотман, 1970, с. 130–132].

Медиатекст, как и текст художественный, по образному выражению Ю. Лотмана способен «выдавать различным читателям различную информацию – каждому в меру его понимания ... именно ту, в которой он нуждается и к восприятию которой подготовлен» [Лотман, 1970, с. 32]. Только на основании си-

стемообразующей характеристики медиатекста адресат может сделать самостоятельные и осознанные выводы, являющиеся основой для практического применения полученных знаний, то есть осуществить полноценный критический анализ произведения медиакультуры.

Не последнюю роль в разработке проблем анализа произведений медиакультуры в медиаобразовательном процессе играет деятельность научно-образовательных центров, которые активно занимаются исследовательской, методологической и методической проблематикой внедрения медиапедагогики в систему образования [Челышева, 2011].

Достаточно близкими можно назвать и содержательные компоненты британских и российских научно-образовательных центров, в которых на первый план выдвигаются: расширение культурного кругозора и аудиовизуального опыта аудитории; приобщение аудитории к произведениям авторского и экспериментального кино/видео; развитие умений критического анализа произведений медиакультуры различных видов и жанров; создание возможностей для медиатворчества. Об этом могут свидетельствовать основные разделы содержания медиаобразовательных программ Центра исследования детей, молодёжи и медиа в Лондонском университете (*Centre for the Study of Children, Youth and Media*) <http://www.childrenyouthandmedia.org.uk>, Центра медиаобразования в Уэльсе (англ. *Media Education Wales*) <http://www.mediaedwales.org.uk>, и известного российского научно-образовательного центра «Медиаобразование и медиакомпетентность».

Итак, современные подходы к современному медиаобразовательному процессу во многом предопределяются процессами, происходящими в глобальном информационном пространстве, связанными с совершенствованием современных информационных технологий, расширением рамок интерактивного общения и взаимодействия с миром медиа, проникновением медиатехнологий во все сферы жизни современного человека. Взаимодействие человека с миром медиа, включая восприятие и творческое самовыражение через коммуникационные средства, становится привычным и обыденным явлением.

Медиакультура, представляющая собой обширный пласт общей культуры, связанный со средствами массовой коммуникации, все активнее проникает во все сферы жизнедеятельности, социально-культурные события, происходящие в современном обществе.

Сравнительный анализ деятельности британских и российских научно-образовательных центров в области медиаобразования может свидетельствовать о сходных тенденциях их развития. Сюда можно отнести осуществление теоретических, методологических и методических разработок, направленных на развитие медиакомпетентности, критического мышления, творческого самовыражения в сфере медиа.

Постоянно растущий поток медиаинформации требует от современного зрителя, слушателя, читателя комплексного осмысления, выявления эстетического и художественного значения произведений медиакультуры, определения их потенциальных возможностей для развития личности, критического осмысления и т. д.

Библиографический список

1. *Бахтин М. М.* Проблема текста: в 7 т. М.: Русские словари, 1997. – Т. 5, 732 с.
2. *Бондаренко Е. А.* Теория и методика социально-творческой реабилитации средствами аудиовизуальной культуры: сб. статей и методических материалов. Омск: Сиб. фил. ин-та культурологи, 2000. 91 с.
3. *Грачев Г. В.* Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита. М.: ПЕР СЭ, 2003. 304 с.
4. *Лотман Ю. М.* Структура художественного текста. М.: Искусство, 1970. 384 с.
5. *Лотман Ю. М.* Избранные статьи: в 3 т. // Статьи по семиотике и типологии культуры. Таллин: Александра, 1992, – Т. 1. 480 с.
6. *Михалева Г. В.* Что такое медиаобразование «по-английски»? // Мир образования – Образование в мире. 2009. № 4. С. 78–83.
7. Современные философские проблемы естественных, технических и социально-гуманитарных наук / под ред. В. В. Миронова. М.: Гардарики, 2006. 639 с.
8. *Усов Ю. Н.* Методика использования киноискусства в идейно-эстетическом воспитании учащихся 8–10 классов. Таллин: Министерство просвещения, 1980. 125 с.

9. *Фёдоров А. В.* Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/Д: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.

10. *Челышева И. В.* Методика и технология медиаобразования в школе и вузе. Таганрог: Изд. Центр ГОУВПО ТГПИ, 2009. 320 с.

11. *Челышева И. В.* Научно-образовательный центр «Медиаобразование и медиакомпетентность»: работа со школьными учителями и преподавателями вузов. Таганрог: Изд-во ТГПИ, 2011. 180 с.