

УДК 004:[316.3:008]

ББК 74.58:73

Б901

Ю. А. Бубнова
Таганрог, Россия

ОСНОВНЫЕ ТЕОРИИ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

В статье мы изучили теоретические основы медиаобразовательной деятельности. На сегодняшний день насчитывается как минимум одиннадцать концепций медиаобразования в нашей стране и за рубежом. Мы представили краткую характеристику основных медиаобразовательных теорий, таких как: инъекционной» (защитной), практической, идеологической, семиотической, культурологической, эстетической (художественной), теологической, экологической, этической, а также теорий развития критического мышления и медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей».

Ключевые слова: теории медиаобразования; цели; стратегия; аудитория; медиакомпетентность.

Bubnova Julia
3rd year student,
faculty of psychology and social pedagogy
Anton Chekhov Taganrog Institute
(branch of Rostov State University of Economics)
Supervisor: Pr. E.V. Muryukina
nikenikerrr@mail.ru

THE MAIN THEORIES OF MEDIA EDUCATION

The article deals with the theoretical foundations of media education. Today, there are at least eleven concepts of media education in our country and abroad. It gives a short characterization of the main media education theories, such as:

injection" (protective), practical, ideological, semiotic, cultural, aesthetic (art), theological, environmental, ethical, and theories of development critical thinking and the source of «satisfaction of needs».

Key words: theories of media education; goals; strategy; audience; media competence.

Медиаобразовательная деятельность подразумевает опору на определенную теоретическую основу. На сегодняшний день насчитывается как минимум одиннадцать концепций медиаобразования в нашей стране и за рубежом. К их анализу наиболее фундаментально подошел А. В. Федоров. Ниже мы хотим представить краткую характеристику медиаобразовательных теорий.

1. «Инъекционная» (защитная) теория медиаобразования

Данный подход в большей мере распространен в США. На настоящий момент его лидерами являются следующие медиапедагоги: Б. Вилсон, Ф. Бьокка, Ч. Витни, Р. Лопес. По мнению приверженцев «защитной» теории, массмедиа негативно воздействует на неокрепшие умы подрастающего поколения. Американский исследователь Р. Кьюби [Kubey, 1997, с. 2] считает, что в рамках «защитной» теории медиа рассматривается как «агент культурной деградации», который зачастую является каналом передачи ложных культурных ценностей. Сторонники данной теории полагают, что главная цель медиаобразования состоит в том, чтобы смягчить негативные последствия медиапродукции.

2. Теория медиаобразования как источник «удовлетворения потребностей» аудитории

Если «инъекционная» теория рассматривает отрицательные факторы медиа, то данная концепция ориентирована на поиск ее положительного эффекта. Главной целью медиаобразования в русле этого течения принято считать помощь подрастающему поколению в извлечении из медиа максимально полезной и соответствующей их интересам информации.

3. Практическая теория медиаобразования

По мнению А. В. Федорова [Федоров, 2001], базисом этой теории является адаптивная теория «потребления и удовлетворения» в области медиа. Сторонники данного направления полагают, что образование в сфере медиа должно исходить из удовлетворения потребностей аудитории в создании собственных медиатекстов. Например, детей, интересующихся фотографией, кинематографом, писательством следует не только ознакомить с данными видами искусства, но и обучить пользованию соответствующей медиааппаратурой. В результате этих действий достигается не только высокая познавательная активность, но и развиваются творческие способности учеников.

4. Медиаобразование как теория развития критического мышления аудитории

Яркий представитель – зарубежный исследователь Л. Мастерман. Главная цель медиаобразования в русле этого направления – «научить аудиторию анализировать и выявлять манипулятивные воздействия медиа, ориентироваться в информационном потоке современного общества, учитывая способность медиа распространять модели поведения и социальные ценности» [Федоров, 2001, с. 78]. По мнению приверженцев этой теории, подрастающее поколение следует обучать грамотному восприятию, пониманию и анализу разнообразной информации. В результате такого обучения у человека формируется «способность к самостоятельному аргументированному критическому суждению о медиатекстах», называемая Л. Мастерманом «критическим мышлением» [Мастерман, 1993, с. 22].

Эта теория во многом перекликается с трудами по семиотике Ю. М. Лотмана. Так, Л. Мастерман рассматривает в качестве основного содержания медиаобразования – выявление механизмов влияния масс-медиа с помощью «кодов» (условностей-символов) на аудиторию. Ю. М. Лотман также утверждал, что каждый текст – носитель целого мира знаковых кодов и значений, нуждающихся в дешифрации со стороны «читателя»/исследователя. По мнению Е. В. Мурюкиной, «различие данных подходов заключается в том, что Ю. М. Лотман рассматривал тексты с точки зрения искусства. Созданные творцами-авторами,

они попадают в «культурное поле» и рассматриваются с учетом их принадлежности к этой самой культуре. Следовательно, в анализе содержится и эстетический, и культурный компоненты, которым Л. Мастерман отводит второстепенное значение. Но, как показывает медиаобразовательная практика в России, теория развития критического мышления редко используется в качестве самостоятельной концептуальной основы» [Мурюкина, 2014, с. 58].

5. Идеологическая теория медиаобразования

По мнению финского медиапедагога С. Минкинена [Minkkinen, 1978, p. 19], данная теория в полной мере описывает манипулятивные возможности медиа. Следует отметить, что основным объектом ее изучения являются политические, экономические и национальные аспекты, а также многочисленные расовые, религиозные, национальные и классовые противоречия. Ее главная цель заключается в стремлении «вызвать у аудитории желание изменить систему массовой коммуникации (если у власти в стране находятся силы, далекие от идеологических взглядов их оппонентов) или, наоборот, внушить, что сложившаяся система медиа – самая лучшая (если власть в государстве принадлежит лидерам, исповедующим «нужную» идеологию), в этом случае усиленно критикуется медиакультура других стран» [Федоров, 2001, с. 27]. Идеологическая теория медиаобразования в нашей стране была широко распространена в 20–80-х годах XX века и использовалась в целях политической пропаганды подрастающего поколения.

Следует понимать, что в современном демократичном обществе применение каналов массмедиа в манипулятивных целях может нести губительный для свободомыслия аудитории характер. И. В. Жилавская [Жилавская, 2009] считает, что на сегодняшний день в России отмечаются первые признаки возвращения к идеологической теории. По ее мнению, «в этой тенденции заключена реальная опасность трансформации живого творческого процесса медиаобразования в жесткие рамки идеологических конструкций представляют опасность творческому началу медиаобразования» [Жилавская, 2009, с. 99].

6. Семиотическая теория медиаобразования

Создателем этой теории является американский ученый Дж. Гербнер. По его мнению [Gerbner, 1995, с. 13], информация, поступающая через каналы медиа, чаще всего носит завуалированный характер, который может угрожать свободе потребления медиаинформации. В связи с этим, главная цель медиаобразования в русле этой концепции заключается в обучении аудитории правильному прочтению, анализу и описанию медиатекстов. Основное содержание медиаобразования в семиотической теории опирается на коды и «грамматику» медиатекста, то есть на язык медиа (от широко тиражируемых медиатекстов (книг, игрушек, журналов) до произведений «высокого искусства»).

7. Культурологическая теория медиаобразования

Данная теория возникла в 60-х годах XX века в Западной Европе. В настоящее время занимает наиболее сильные позиции не только в странах Европы, но и имеет ряд сторонников в России и Канаде. Приверженцы культурологической теории полагают, что «медиа в первую очередь предлагает, а не навязывает интерпретацию медиатекстов» [Федоров, 2001, с. 25]. Американский ученый и исследователь Р. Кьюби [Kubey, 1997, р. 3] писал, что культурологическая теория медиаобразования рассматривает аудиторию, которая воспринимает информацию не пассивно, а вкладывает различные смыслы в медиатексты, самостоятельно анализирует их. По мнению А. В. Федорова, ведущей целью в рамках этой концепции является «помощь учащимся понять, как медиа могут обогатить их восприятие, знания, умения» [Федоров, 2001, с. 28].

К сторонникам данной теории следует отнести и медиапедагогов, интегрирующих медиаобразование в учебные дисциплины, поскольку оно способствует, по мнению Л. А. Ивановой [Иванова, 2013], качественному повышению уровня иноязычной коммуникативной компетенции и медиакомпетентности учащихся посредством формирования медиакомпетентной вторичной языковой личности школьника или студента. Медиапедагог подчеркивает, что такая интеграция позволяет решить такие практические задачи как: «коадаптацию медиа и образовательного пространств в педагогическом процессе с целью «устранения» географических и временных преград для иноязычного опосредо-

ванного общения в условиях безграничности, многоязычия и поликультурности; соразвитие иноязычной коммуникативной компетенции и медиакомпетентности на занятиях по иностранному языку, и как результат формирования медиакомпетентности вторичной языковой личности учащегося/студента; изменение требований к «профессиограмме» преподавателя иностранного языка, который должен уметь организовывать педагогический процесс и управлять им в безграничном, многоязычном и поликультурном онлайн медиаобразовательном пространстве» [Иванова, 2013].

В дополнении к вышесказанному И. В. Чельшева отмечает, что работа медиапедагогов-приверженцев культурологической теории должна включать «ознакомление учащихся с ключевыми понятиями и стереотипами, распространяемыми с помощью медиа, а также выработку у них самостоятельного критического анализа медиатекста» [Чельшева, 2006, с. 53].

8. Эстетическая (художественная) теория медиаобразования

Теоретической базой художественной теории медиаобразования является культурологическая теория. В ней также отрицается пассивность воспринимающей аудитории и делается акцент на процесс ее диалога с медиатекстом. Приверженцы эстетической теории своей главной целью считают помощь подрастающему поколению в понимании законов и языка художественной стороны медиаинформации, а также в развитии эстетического восприятия, вкуса и анализа художественных медиатекстов. Таким образом, содержательной стороной такого медиаобразования является «язык и история медиакультуры (художественное телевидение, история киноискусства и т. д.), а также авторский мир создателя художественного медиатекста» [Жилавская, 2009, с. 101].

И. В. Жилавская [Жилавская, 2009] указывает на тот факт, что эстетическая теория, имея популярность в странах Европы и Северной Америке в 60-х годах XX века, на настоящий момент вытесняется другими концепциями медиаобразования, в которых медиатексты оцениваются не только по эстетическим качествам, но и по их содержанию, языку, закодированной информации.

9. Теологическая теория медиаобразования

Отечественный исследователь В. Н. Духанин [Духанин, 2005] отмечает, что сторонники теологической теории рассматривают медиа как канал духовных, эстетических, моральных ценностей. Медиаобразование в рамках этой концепции строится на изучении теологических и мировоззренческих аспектах медиа-текстов. Поэтому главной целью теологической теории является «приобщение аудитории к той или иной модели поведения, к ценностным ориентациям, отвечающим тем или иным религиозным догматам» [Федоров, 2001, с. 104].

10. Экологическая теория медиаобразования

Данная теория базируется на трудах таких известных ученых и философов, как В. И. Вернадского и Л. Н. Гумилева. Медиапедагоги экологического направления настаивают на необходимости развития экологии медийного восприятия как составной части медиаграмотности. По их мнению, она заключается в умеренном просмотре медиатекстов, их постоянном контроле и критическом анализе. По мнению Н. Ф. Хилько, «использование экологической стратегии противодействия насилию и изображению патологий с экрана способствует сохранению духовно-эстетической ориентации аудитории» [Хилько, 2001, с. 446].

11. Этическая теория медиаобразования

Базой для данной концепции послужила этическая теория медиа, разработанная С. Н. Пензиным. По его [Пензин, 1987] мнению, медиа обладает огромным потенциалом для формирования моральных принципов поведения, в особенности у подрастающего поколения. Главная цель медиаобразования в русле этой теории заключается в «приобщении аудитории к той или иной этической модели поведения (отвечающей, к примеру, конкретной религии, уровню развития цивилизации, демократии)» [Пензин, 1987, с. 47]. Таким образом, медиа рассматривается как универсальный канал передачи нравственных эталонов, моральных принципов и ценностей.

Ключевая идея этической теории соответствует изучаемому в нашем научном исследовании феномену – использованию медиаобразования в нравствен-

ном воспитании младших подростков. Поэтому в дальнейшем мы будем отталкиваться от положений данной теории.

Выводы: Важно понимать, что рассмотренные теории, синтезируясь между собой, образуют новые школы и подходы к медиаобразованию. Несмотря на то, что многие ученые, в зависимости от поддерживаемой ими концепции, предлагают свои формулировки определений медиаобразования, можно утверждать, что за последние десятилетия сложилась определенная система основных терминов, которыми оно оперирует.

Отметим, что в российской науке и практике медиапедагоги часто опираются не на одну теорию, а интегрируют идеи и концептуальные положения нескольких. Например, эффективно используется совокупность эстетической, культурологической теорий, дополненная теорией развития критического мышления, поскольку они предполагают развитие личностных качеств школьников/студентов. Также можно говорить об актуальности семиотической и этической теорий, поскольку они способствуют пониманию текста и его контекстов.

Библиографический список

1. Духанин В. Н. Православие и мир кино. М.: 2005. 190 с.
2. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. 322 с.
3. Иванова Л. А. Медиаобразование в обучении иностранным языкам – веление времени // *Magister Dixit* – научно-педагогический журнал Восточной Сибири № 2 (06). Июнь 2013. <http://md.islu.ru>. Дата доступа: 3.12.2016.
4. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации // *Специалист*. 1993. № 4. С. 23.
5. Мурюкина Е. В. Эстетические традиции медиаобразования в современных киноклубах для школьников и студентов. Таганрог: Изд-во Таганрог. ин-та им. А. П. Чехова, 2014. 200 с.
6. Пензин С. Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы. Воронеж: ВГУ, 1987. 176 с.
7. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: ЦВВР, 2001. 708 с.

8. Хилько Н. Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности. Омск: Изд-во Сиб. фил. Рос. ин-та культурологии, 2001. 149 с.
9. Чельшева И. В. Теория и история российского медиаобразования. Таганрог: Изд-во Кучма, 2006. 206 с.
10. Gerbner G. Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: The New Citizen. 1995, Vol, 2, № 2.
11. Kubey, R Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997, p. 2.
12. Minkinen, S. A general curricular model for mass media education. Paris: UNESCO, 1978.

Reference

1. Dukhanin V.N. (2005). Orthodoxy and the world of cinema. M.: 2005. 190 p. (In Russian).
2. Zhilavskaya I. V. (2009). Media education of the youth audience. Tomsk: TIIT, 2009. 322 p. (In Russian).
3. Ivanova L. A. (2013). Media education in teaching foreign languages – imperative//Magister Dixit - the scientific and pedagogical journal of Eastern Siberia № 2 (06). June 2013. <http://md.islu.ru>. (In Russian).
4. Masterman L. (1993). Teaching the language of the media // the Expert. 1993. No. 4. P. 23. (In Russian).
5. Muryukina E.V. (2014). Aesthetic tradition of media education in modern cinema club for students. Taganrog. Publishing house of Taganrog A.P. Chekhov institute. 2014. 200 p. (In Russian).
6. Penzin S.N. (1987). Cinema and aesthetic education: methodological problems. Voronezh: Voronezh State University, 1987. 176 p. (In Russian).
7. Fedorov A.V. (2001). Media education: history, theory and methods. Rostov: CVVR, 2001. 708 p. (In Russian).
8. Khilko N.F. (2001). The role of audiovisual culture in the creative self-realization of personality. Omsk: publishing house of the Sib. Phil. ROS. the Institute of cultural studies, 2001. 149 p. (In Russian).
9. Chelysheva I.V. (2006). Theory and history of Russian media education. Taganrog: Publishing house Kuchma, 2006. 206 p. (In Russian).
10. Gerbner G. (1995). Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: The New Citizen. 1995, Vol. 2. № 2.

11. Kubey R (1997). Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick & London: Transaction Publishers.1997. p. 2.
12. Minkkinen S. (1978). A general curricular model for mass media education. Paris: UNESCO. 1978.