

УДК 316.77:001.8

ББК С55.325.1:С55.57

Ч-411

И. В. Челышева
Таганрог, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ МЕДИАПРАКТИКИ: СОЗДАНИЕ ПРОЕКТОВ НА МАТЕРИАЛЕ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

В статье рассматриваются вопросы современных стратегических направлений отечественной медиапедагогике. Автором исследуются проблемы использования проективной деятельности в медиаобразовательном процессе.

Ключевые слова: медиа, медиакультура, медиаобразование, активные формы обучения, проектирование.

I. V. Chelysheva
Taganrog, Russia

MODERN STRATEGIES OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC MEDIA PRACTICE: THE CREATION OF PROJECTS ON MEDIA CULTURE MA- TERIAL

The article deals with modern strategic directions of domestic media pedagogy. The author studies the problems of the use of projective activity in media education.

Keywords: media, media culture, media education, active forms of teaching, projection.

Мировые тенденции развития информационного общества, проникновение медиа во все сферы деятельности человека, открыли новые широкие возможности для образования и развития, но, в то же время, обострили негативные тенденции, связанные со снижением духовного и культурного уровня в современном обществе. Как и во всем мире, в России особую актуальность приобретают

проблемы медиабезопасности подрастающего поколения. Л. А. Иванова считает, что «когда речь идет о постиндустриальном или информационном обществе, нельзя рассматривать систему факторов, участвующих в воспитании и социальном формировании подрастающего поколения, без учета особой роли средств массовой коммуникации. Детей и юношество сопровождает ураган радиопередач, газет, журналов, видео-, DVD, кинофильмов; сравнительно недавно этот перечень пополнился CD-ROM, CD-RW, Интернет, спутниковой связью, благодаря которой можно принимать сотни телевизионных каналов из самых разных стран. Такое широкое распространение средств массовой коммуникации имеет неизбежные последствия для детей и юношества» [Иванова, 2005, с. 251].

Особенно остро эти проблемы обострились с бурным развитием Интернета. С одной стороны, всемирная сеть Интернет – наиболее доступное и удобное средство массовой коммуникации, но с другой стороны, – это наименее регулируемое и практически анонимное средство виртуального общения, вследствие чего в обществе выражаются достаточно серьезные опасения, связанные с широким доступом к большому массиву потенциально опасной для детей и молодежи информации.

Неслучайно, в последние годы, принят ряд важных документов, связанных с безопасностью подрастающего поколения в медиaprостранстве. В Декларации «За безопасность детей и молодежи в Интернете», принятой в 2010 г., говорится: «Международный и российский опыт свидетельствует о том, что информационные и телекоммуникационные технологии, открывая новые возможности для социально-экономического развития стран, свободного распространения информации, в то же время представляют собой этические вызовы в плане уважения к правам человека, фундаментальным свободам, неприкосновенности частной жизни. Неправомерное использование данных технологий может представлять собой потенциальную опасность для детей и молодежи как наиболее уязвимой перед лицом интернет-угроз категории пользователей глобальной сети» [<http://www.safor.ru/declaration.php>].

В 2011 году был подписан Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Принятие данного Федерального закона направлено «на защиту детей от разрушительного, травмирующего их психику информационного воздействия, переизбытка жестокости и насилия в общедоступных источниках массовой информации, от информации, способной развить в ребёнке порочные наклонности, сформировать у ребёнка искажённую картину мира и неправильные жизненные установки» [<http://news.kremlin.ru/news/12037>]. Это обусловило необходимость определить доминирующие приоритеты взаимодействия человека с миром медиакультуры.

Социальные, политические, социокультурные факторы предопределили главную цель, итог современного медиаобразования, который заключается в развитии медиакомпетентной личности – личности, способной к творческому взаимодействию с произведениями медиакультуры, к их самостоятельному анализу и оценке, к использованию в полной мере образовательных и развивающих потенциалов медиа в различных сферах своей жизнедеятельности. Этим предопределяется сущность отечественного массового медиаобразования на современном этапе развития: «Медиаобразование в современном мире помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык медиакультуры. Оно делает человека медиакомпетентным, то есть способным полноценно воспринимать, анализировать и оценивать (на базе развитого аналитического мышления) произведения медиакультуры, использовать различные виды медийной техники, создавать и распространять медиатексты (в области прессы, Интернета, кино и пр.) самому, конечно же, способным осознанно противостоять негативным медийным влияниям» [Фёдоров, 2013, с. 15]. Если рассматривать данную цель широко, то здесь речь не идет только о развитии медиакомпетентности школьников или студентов, а касается любого со-

временного человека. Именно поэтому медиаобразование принимает все более массовый характер во всем мире.

Современная российская медиапедагогика в условиях глобализации информационного и образовательного пространства и реформирования системы образования приобретает статус социокультурного явления, становится важным фактором социальной практики. Для современного медиаобразования неизменно актуальными задачами выступают: развитие критического мышления школьников, расширение социокультурного опыта аудитории в сфере медиакультуры, стимулирование творчества в медийной сфере. Одним из путей решения этих важных задач выступает социальное проектирование на материале различных медиа (интернета, прессы, телевидения, кинематографа и др.).

И. А. Фатеева отводит важную роль медиаобразованию, реализующемуся на основе проектных технологий: «пройдя через обучение данного типа, обучающийся приобретает навыки активного коммуникатора благодаря участию в разработке и реализации того или иного медиаобразовательного проекта. ... медиаобразовательный проект должен считаться стержневой технологической формой медиаобразования, а владение методикой его осуществления обязательно для профессионального медиапедагога» [Фатеева, 2007, с. 120].

Медиаобразовательные проекты выступают важным средством развития социальной, гражданской, познавательной активности, креативности аудитории. Одновременно, метод проектов ориентирован на исследовательскую деятельность студентов, направлен на применение уже полученных и освоение новых знаний о медиакультуре.

Например, в процессе подготовки магистрантов по направлениям «Социально-культурная деятельность» и «Организация работы с молодежью» в Таганрогском институте имени А. П. Чехова, медиапроектирование включается в изучение следующих учебных дисциплин: «История медиакультуры», «История медиаобразования», «Практикум социально-культурного проектирования», «Основы медиакомпетентности», «Информационные и медиаобразовательные технологии», «Проектирование производственно-творческой деятельности на материале ме-

диакультуры», «Развитие критического мышления в процессе медиаобразования», «Социально-педагогические технологии на материале медиакультуры», «Социология культуры» и др.

Работа над реализацией проекта, как правило, включает несколько этапов:

1) подготовительно-организационный, включающий в себя выбор и обоснование проекта, анализ предстоящей работы, выбор организационных форм, методов и учебных средств проектной деятельности;

2) информационный, предполагающий анализ проблемы, постановку задачи, уточнение информации и синтез идей;

3) плано-прогностический, включающий мозговой штурм, обсуждение альтернатив и выбор оптимального варианта работы;

4) технологический и исполнительский, включающий разработку конструкторско-технологической и экономической документации, работу по выполнению проекта;

5) контрольно-оценочный, предполагающий самооценку и оценку результата проектной деятельности, выяснение причин удач и неудач;

6) заключительный – подведение итогов, защита проекта и коллективный анализ деятельности [Зольников, 2003, с. 58].

Перед тем, как перейти к практической реализации медиаобразовательных проектов, аудитории могут быть предложены следующие проблемные вопросы:

- для какой целевой аудитории будет готовиться тот или иной медиаматериал (фильм, презентация, выпуск газеты, журнала, радиопередачи и т. д.);

- какие цели и задачи ставит перед собой автор (группа авторов) проекта;

- какие основные приоритеты и идеи будут заложены в его основу и т. д.

Работа над медиаобразовательными проектами включает такие виды деятельности, как: создание и творческое воплощение собственных медиапродуктов (фильмов, газет, рекламных роликов, сайтов и т. д.), разработку сценариев мероприятий для разных возрастных категорий и т. п.

Медиапроектирование становится неотъемлемым компонентом не только учебной, но и социально-культурной деятельности студентов. В Таганрогском

институте им. А. П. Чехова (филиале) РГЭУ (РИНХ)», при поддержке Комитета по молодежной политике Ростовской области, ежегодно проводится областная Олимпиада для старшеклассников и студентов «Молодежные инициативы», в ходе которой участники представляют свои проекты самой разнообразной тематики. Целевой направленностью Олимпиады выступает активное вовлечение старшеклассников и студенческой молодёжи в общественно-политическую и социально-культурную деятельность. В Олимпиаде принимают участие школьники и студенты из Таганрога, Ростова-на-Дону, Каменска, Гуково, Новошахтинска, Неклиновского, Каменского и др. районов. Тематика представляемых проектов достаточно широкая: от патриотических, посвящённых Первой мировой и Великой Отечественной войне, до проектов, затрагивающих проблемы трудоустройства и поддержки молодых семей. Оценка проектов осуществляется по следующим критериям: оригинальность, новизна, степень охвата молодежной аудитории, возможность практической реализации.

Живой интерес у аудитории вызывают проекты по медиаобразовательной тематике, такие как: создание интернет-сайтов, посвящённых молодежным проблемам; организация кино- и медиаклубов в школах и вузах и др. Программа Олимпиады включает не только выступление конкурсантов, но и проведение тренингов лидерского потенциала, общение участников и обмен опытом в области социальной практики, что, безусловно, способствует развитию интереса участников к современным социальным проблемам.

Библиографический список

1. *Зольников А. П.* Психологические особенности саморегуляции учебно-профессиональной деятельности обучаемых // Научное наследие Алексея Николаевича Леонтьева и развитие современной психологии: материалы Всерос. науч.-практ. конф. Челябинск, 14 февр. 2003 г. / Сост. В. К. Шишмаренков. Челябинск: Околица, 2003. С. 55–59.
2. *Иванова Л. А.* Роль средств массовой коммуникации в воспитании и социальном формировании подрастающего поколения // Вопросы педагогического образования: межвузовский сборник статей. Иркутск: ИПКРО, 2005. Выпуск 16. С. 251–259.

3. Современные концепции эстетического воспитания / Отв. ред. Н. И. Киященко. М.: ИФ РАН, 1998. 302 с. ISBN 5-201-01980-3.

4. *Фатеева И. А.* Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография. Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. 270 с.

5. *Фёдоров А. В.* Насколько в России необходимо медиаобразование школьников? // Школьные технологии. 2013. № 4. С. 14–17.

6. *Фёдоров А. В.* Научно-образовательный центр «Медиаобразование и медиакомпетентность» / А. В. Федоров, А. А. Левицкая, И. В. Чельшева, Е. В. Мурюкина, В. Л. Колесниченко, Г. В. Михалева, Р. В. Сердюков. М.: МОО «Информация для всех», 2012. 614 с.

7. *Чельшева И. В.* Практика медиаобразования: формы, методы и приемы занятий в школе и вузе // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык, 2014. № 3. Электронное издание. Режим доступа: <http://ce.if-mstuca.ru/wp-content/uploads/2014/11/chelysheva4.pdf> (дата обращения 13.03.2016).