

УДК 37.013

МЕДИАКРИТИКА КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Т.И. Мясникова, В.В. Гуньков

Аннотация

В статье утверждается, что российское образовательное пространство нуждается в учителях-предметниках, обладающих медиакомпетентностью, столь важной в информационном обществе. При рассмотрении медиакритики в образовательной сфере предлагается аксиологический подход к её развитию в учебном процессе среднего общего образования. Кроме того, в статье представлены данные опроса учителей школ Оренбургской области на предмет медиапотребления и отношения к новостному телевизионному контенту.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакритика, медиапотребление.

В современном мире на человека обрушивается лавина информации по многообразным каналам. Желание и умение человека сознательно обращаться с таким усложнённым жизненным феноменом уже долгое время является предметом изучения медиапедагогики. За массовое медиаобразование ратуют и учёные из других научных сфер, предлагая свои модели и методики обучения [1–4].

В практике школы, в силу как образовательной политики, так и недостаточной подготовленности учителей в области медиаобразования, рекомендации учёных зачастую не внедряются в учебный процесс. Учитель, вынужденный находиться с учениками в едином медиaprостранстве, пытается с разным уровнем успешности сам ответить на вопросы: «Нужно ли использовать в учебном процессе полученную из СМИ информацию? Если “да”, то в какой мере? Достаточно ли моей компетентности в обращении с медиа, чтобы использовать их информационное поле в учебном процессе? Как определить точки эффективного взаимодействия с учениками в безмерном медийном потоке? Где я могу получить медиаобразовательную поддержку?» В реальности учитель действует интуитивно, основываясь на собственном опыте или общепринятых требованиях в школе. Но чаще всего учитель, понимающий не только возможности, но и риски медиаиспользования, отстраняется от включения в урок новаций медиаобразования.

Подготовка медиапедагогов в Таганрогском государственном педагогическом институте по специализации «Медиаобразование» ведётся с 2002 года. Спустя несколько лет эта инициатива была подхвачена Владивостокским государственным университетом. С 2012 года в Московском государственном гуманитарном университете имени М.А. Шолохова реализуется магистерская программа «Медиаобразование» по направлению «Журналистика». В ряде вузов

страны вводятся медиаобразовательные дисциплины (модули) в вариативную часть учебно-методического комплекса по направлению «Журналистика». Просветительская, «миссионерская» [5] медиаобразовательная активность проявляется в проведении многочисленных конференций, семинаров, вебинаров и курсов повышения квалификации для учителей. Это немаловажно для развития медиаобразования в школе, но неэффективно без генеральной стратегии Министерства образования и науки РФ [6].

В этом контексте вселяет надежду позиция учителей по внедрению в учебный процесс медиаобразовательных идей. В 2014 г. мы провели опрос среди 56 учителей немецкого языка, работающих в гимназиях, лицеях и общеобразовательных школах Оренбургской области. На вопрос «*Нужно ли обучать учеников обращению с медиа?*» все учителя ответили утвердительно. Отвечая на следующий вопрос «*Если нужно, то в какой форме? (возможно несколько вариантов ответа)*», 35 учителей хотели бы «интегрировать развитие медиакомпетентности учеников в учебный процесс» (рис. 1). Исходя из этого, можно с существенной долей вероятности утверждать, что сами учителя, большинство из которых проживают в сельской местности Оренбургской области, готовы вносить в свой предмет медиаобразовательные элементы.



Рис. 1. Необходимые, по мнению учителей, формы медиаобразования

По результатам социологического опроса экспертов в области российского медиаобразования (Е.А. Бондаренко, В.В. Гура, А.П. Короченский, Е.В. Мурюкина, А.А. Новикова, С.Н. Пензин, Н.Ф. Хилько, В.Л. Колесниченко) было определено, что наибольшее значение имеет развитие у обучающихся способности к критическому мышлению. Вопросам развития критического мышления в массовом медиаобразовании были посвящены работы А.В. Шарикова [7], А.В. Фёдорова, Е.В. Мурюкиной, И.В. Чельшевой [6]. На основе опроса зарубежных экспертов в медиаобразовании А.В. Шариков представил обобщённое понятие критического мышления: «Критическое мышление – есть процесс анализа предъявляемого, который ориентирован на понимание скрытой составляющей сообщения и приводящий к трём возможным результатам – интерпретации скрытого, оцениванию скрытого и принятию позиции по отношению к скрытому. Этот процесс носит личностный творческий характер. Творчество в данном случае проявляется в порождении новых смыслов сообщения» [7, с. 58].

Основополагающей категорией в российских исследованиях, посвящённых деятельности журналистов и области медиаобразования, становится «медиакритика». А.П. Короченский определяет медиакритику как область современной журналистики, осуществляющую «критическое осмысление и оценку медиаконтента, всего комплекса проблем социального функционирования массмедиа» [8, с. 41], и выделяет следующие виды медийной критики: научно-экспертную; профессиональную («внутрицеховую», корпоративную); массовую – постепенно формирующийся в последние несколько лет гражданский вид медиакритики.

В то же время, например, С.Л. Страшнов в статье «Об использовании элементов медиакритики в системе массового медиаобразования» при определении этого понятия выходит за рамки журналистской деятельности: «Медиакритика представляет собой практику оперативного истолкования и оценки современного состояния средств массовой коммуникации, а также отдельных вновь возникающих медиа явлений и текстов – с точки зрения их новизны, уместности и подлинности. <...> Выступая как феномен журналистского самосознания, медиакритика является и потенциальным способом познания СМК непрофессионалами» [9, с. 4, 8]. По мнению немецкого медиапедагога Х. Нисито, медиакритика направлена на «критичное рассмотрение отдельных медиа (например, телевизионная критика, кинокритика, литературная критика), кроссмедийных СМИ, развитие медиа в обществе, их анализ, оценку относительно условий производства, формы, содержания и дистрибьюции (включая правовой, политический и экономический аспекты), а также на рефлексию и саморефлексию медиапотребления в различных жизненных контекстах» [10, S. 129].

Таким образом, для осмысленного обращения с медиа и развития медиакомпетентности личности журналистский опыт определяет задачи медиакритики в рамках актуального на данный момент времени российского медиапространства. Для медиакомпетентной личности необходимо уметь *анализировать, оценивать, интерпретировать* медийный объект или явление. Исследования журналистиковедца Р.П. Баканова в области медиакритики как преподаваемой дисциплины в журналистском образовании способствуют также выявлению дидактических принципов, ценностных установок преподавания медиакритики [11].

В такой взаимосвязи проблеме развития медиакритики в общеобразовательной школе возможно решать в пространстве аксиологического дискурса. Как методологическая база исследования аксиологический подход позволяет определить состав и иерархию ценностей, которые не только придают направленность деятельности субъектов образования, но и определяют их взаимодействие с миром и с людьми.

Медиакритика рассматривается нами как «аксиологический феномен, ориентированный на совершенствование готовности личности к оценочной аргументации» [12, с. 75]. Мы считаем, что путь к развитой медиакритике личности прокладывается через становление её субъектности. Давать оценку, выражать собственное оценочное суждение способен человек, прошедший восхождение к актуальным жизненным ценностям и научившийся не только присваивать и транслировать, но и порождать смыслы деятельности [13].

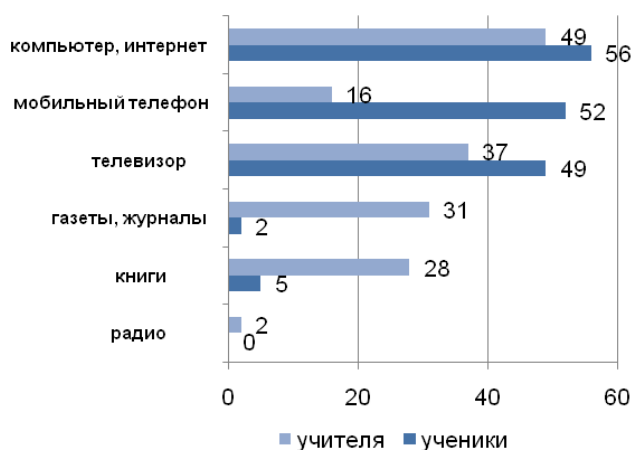


Рис. 2. Медиапотребление учителей и учеников

Определив медиапотребление учителей и их представление о медиапотреблении учеников («Отметьте три медиа, которые являются для Вас самыми важными / которые являются самыми важными для Ваших учеников»), мы тем самым выявили ценностные позиции учителей относительно самих себя и своих учеников в едином медиaprостранстве (рис. 2), являющемся одновременно их жизненным пространством [14].

Для медиаобразовательной практики в школе целесообразнее было бы выявлять у самих учеников их медиапредпочтения. Определение медийных предпочтений учеников служит отправной точкой взаимодействия учителя и ученика. Выбирая вид медиа и его содержание, ученик берёт на себя ответственность за конструирование собственного медиaprостранства. В настоящем опросе большинство учителей отдают предпочтение компьютеру. Чётко прослеживается разница в предпочтении учителями и их учениками печатных и электронных медиа. Учителя традиционно выбирают книги, журналы и газеты, ученики, на взгляд учителей, ориентированы на новые медиа.

Степень важности медиа в жизнедеятельности личности можно проследить по частоте медиапотребления за определённый период времени. Большинство учителей проводят в Интернете 1–2 часа в день, шестеро учителей – до 30 минут в день, а у восьмерых доходит и до 1 часа в неделю (Вопросы: «Как часто Вы пользуетесь Интернетом? Как часто, на Ваш взгляд, пользуются Интернетом Ваши ученики?»). Ученики, по мнению учителей, могут пользоваться Интернетом от 1 до 5 и более часов в день (рис. 3). Примечательно, что данные уровни распределились равномерно, у учителей нет чёткой позиции, что ученики «пропадают» за компьютером постоянно.

Так как важность телевидения оценивается учителями достаточно высоко, то небезынтересно прояснить частоту просмотра телеканалов. Большинство учителей не тратят на это много времени: 1–2 часа в день, только треть опрошенных смотрит телевизор 3–4 часа. Время, проведённое учениками за просмотром телевизора, распределено также равномерно: от 1 до 3–4 часов в день (рис. 4).

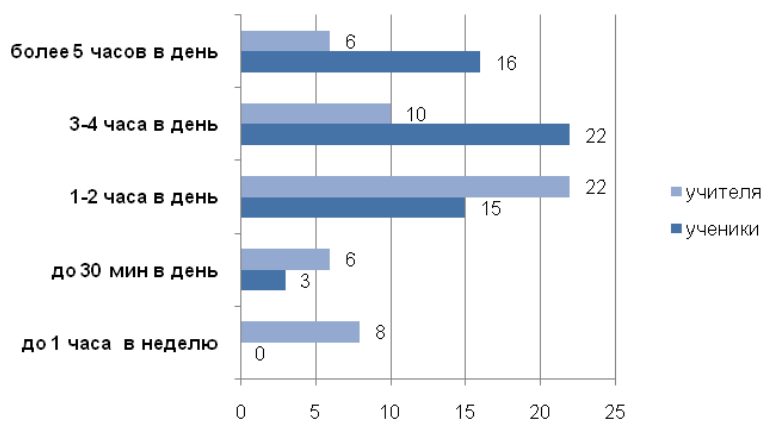


Рис. 3. Частота пользования Интернетом учителей и учеников



Рис. 4. Частота потребления телевидения учителями и учениками

С целью выяснить, как относятся учителя и их ученики к телевизионному контенту, мы использовали вопросы из опросника немецких исследователей К.П. Тройманна, У. Зандер и Д. Майстер [15], исследовавших медиакомпетентность и медиаповедение молодёжи. Учителям предлагалось обозначить выбор по позициям, относящимся к ценностным характеристикам телевизионной новости: «достоверность», «насилие».

1. *Достоверность новости можно оценить по-разному. С каким высказыванием Вы согласны? Верна ли новостная заметка... С каким высказыванием, на Ваш взгляд, согласны Ваши ученики? Верна ли новостная заметка...*

Большинство учителей уверены, что достоверность новости зависит от её осмысления. Ученики же, по мнению учителей, не умеют оценивать достоверность новости (рис. 5).

2. *В новостях часто показывают фото, видео с насилием (например, убийства или ранения). Как Вы относитесь к следующим высказываниям по данной теме? (один ответ) Как, на Ваш взгляд, Ваши ученики относятся к следующим высказываниям по данной теме? (один ответ)*

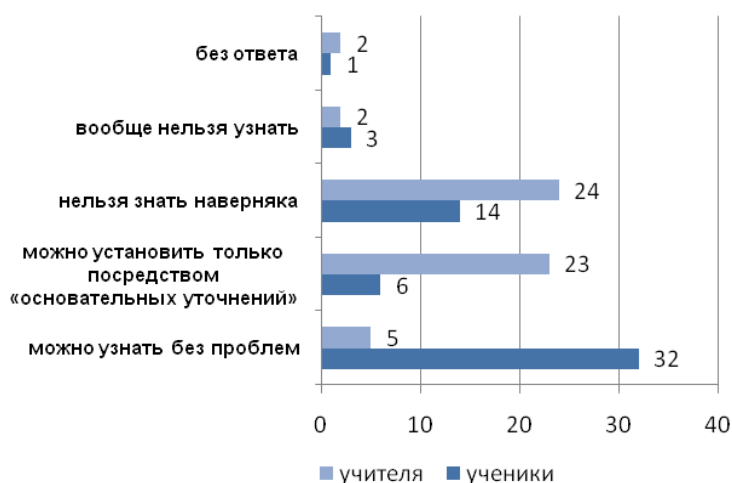


Рис. 5. Оценка достоверности новости учителями и учениками



Рис. 6. Отношение учителей и учеников к насилию на экране

Половина из опрошенных учителей выразили свою позицию так: нет необходимости показывать страшные фото и видео, потому что они жестокие. Вместе с тем такого же мнения могут придерживаться, на взгляд учителей, лишь семеро учеников. Практически равное количество учителей (14 и 13) выбрали диаметрально противоположные суждения: необходимость запрета такого рода картинок, с одной стороны, и адекватность отражения действительности с их помощью – с другой. Ученики, по мнению учителей, выражают некритичное отношение к насилию на экране (12), а большая часть учеников (33), по предположениям учителей, убеждены в том, что жестокость на экране подтверждает происходящее в мире (рис. 6).

Таким образом, актуальность аксиологического подхода в решении методологических задач развития медиакритики очевидна: аналитическая способность, способность к оценочному суждению, умение осмысленно представлять результаты внутренней деятельности личности востребованы не только в журналистской сфере, но и в образовательной. Учителя, так же как и ученики, нуждаются в научно-методической и административной поддержке.

Summary

T.I. Myasnikova, V.V. Gunkov. Media Criticism as a Phenomenon of Contemporary Education.

The article asserts that Russian education needs subject teachers possessing media competence, which is so important in the information society. Media criticism in the educational sphere is considered using the axiological approach to its development in the course of general secondary education. In addition, the paper presents the data from a survey among the school teachers of the Orenburg Region about media consumption and television news content.

Keywords: media education, media criticism, media consumption.

Литература

1. *Жилавская И.В.* Медиаобразование молодежи. – М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. – 243 с.
2. *Гендина Н.И.* Формирование информационной и медиаграмотности в условиях информационного общества: новая инициатива ЮНЕСКО и проблемы российского информационного образования // Науч. диалог. – 2012. – № 1: Педагогика. Психология. – С. 140–161.
3. *Коломиец В.П.* Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе // Социол. исследования. – 2010. – № 1. – С. 58–66.
4. *Солдатова Г., Зотова Е., Лебешева М., Шляпников В.* Интернет: возможности, компетенции, безопасность. Методическое пособие для работников системы общего образования. – М.: Google, 2013. – 165 с.
5. *Фатеева И.А.* Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. – 270 с.
6. *Фёдоров А.В., Чельшева И.В., Мурюкина Е.В., Горбаткова О.И., Ковалёва М.Е., Князев А.А.* Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы / Под ред. А.В. Фёдорова. – М.: МОО «Информация для всех», 2014. – 267 с.
7. *Шарилов А.В.* Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. – М.: Изд-во Акад. пед. наук, 1990. – 66 с.
8. *Короченский А.П.* Медиакритика и медиаобразование // Высшее образование в России. – 2004. – № 8. – С. 40–46.
9. *Страшинов С.Л.* Об использовании элементов медиакритики в системе массового медиаобразования // УМО-регион / Отв. Ред. Е.М. Бобчук. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2009. – С. 4–9.
10. *Niesyto H.* Medienkritik // Handbuch Medienpädagogik / Hrsg. U. Sander, F. von Gross, K.-U. Hugger. – Wiesbaden: VS Verlag, 2007. – S. 129–135.
11. *Баканов Р.П.* Медийная критика как учебная дисциплина (опыт Казанского университета) // Науч. ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2011. – № 24 (119), Вып. 12. – С. 150–159.

12. *Ольховая Т.А., Мясникова Т.И.* Развитие ценностно-смыслового отношения студентов к медиaproстранству: анализ образовательного опыта // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2013. – № 22 (313). – С. 73–81.
13. *Ольховая Т.А.* Становление субъектности студента университета. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2006. – 186 с.
14. *Baacke D., Sander U., Vollbrecht R.* Lebenswelten sind Medienwelten. Lebenswelten Jugendlicher. Bd. 1. – Opladen: Leske + Budrich, 1990. – 259 S.
15. *Treumann K.P., Sander U., Meister D.M.* Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2007. – 808 S.

Поступила в редакцию
01.08.14

Мясникова Татьяна Ивановна – кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры немецкой филологии и методики преподавания немецкого языка, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, Россия.

E-mail: myasntat@gmail.com

Гуньков Вячеслав Васильевич – кандидат физико-математических наук, старший преподаватель кафедры общей физики, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, Россия.

E-mail: gouunkov@mail.ru