

УДК 378.014 + 378.02

МЕДИАОБРАЗОВАННОСТЬ И МЕДИАГРАМОТНОСТЬ. СХОДСТВА И ОТЛИЧИЯ

Е.С. Гуняшова

Статья посвящена вопросам медиаобразования, рассматриваются ключевые слова в данной области и их определения. Автор также рассматривает роль медиаобразования в современном образовании студентов высших учебных заведений.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиаобразованность, изучение медиа.

Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями. Оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми. Оно также обеспечивает человеку знание того как, во-первых, анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты. Во-вторых, определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие или культурные интересы, их контекст. В-третьих, интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа. В-четвертых, отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории. И наконец, в-пятых, получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и «пожизненного» образования [4].

Медиапедагоги используют сегодня термины медиаобразование, изучение медиа, медиаграмотность и медиаобразованность почти взаимозаменяемо. Наше предпочтение – использование термина «медиаобразование» как широкого отражения всего, что происходит в медиаориентированной аудитории. Медиаграмотность – результат медиаобразования или изучения медиа. Чем больше вы изучаете медиа (с помощью медиа), тем более вы медиаграмотны, то есть медиаграмотность – это способности экспериментирования, анализа и создания медиатекстов [1].

Медиаграмотность выступает за то, чтобы человек был активным и медиаграмотным, обладающим развитой способностью к восприятию, созданию, анализу, оценке медиатекстов, к пониманию социокультурного и по-

литического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа [1]. Жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью. Медиаграмотность – это движение, призванное помочь людям понимать, создавать и оценивать культурную значимость аудиовизуальных и печатных текстов [4]. Медиаграмотный индивидуум, которым должен иметь возможность стать каждый человек, способен анализировать, оценивать и создавать печатные и электронные медиатексты

Изучив различные подходы к медиаобразованию, мы пришли к выводу, что медиаграмотность (*media literacy*) – это термин, который широко применяется зарубежными учеными. Российские исследователи данной области предпочитают термин медиаобразованность. Так, Н.В. Змановская под медиаобразованностью понимает совокупность систематизированных медиа-знаний, медиа-умений, ценностного отношения к медиаобразованию [3]. А.А. Журин определяет медиаобразованность как значимое в современных условиях качество личности, которое принципиально влияет на источники развития педагогической позиции, на выбор стратегии и тактики деятельности [2].

В нашем исследовании термин медиаобразованность студента вуза понимается как значимое качество личности, состоящие из определенных медиа знаний, медиа умений, отношений к медиа, позволяющих личности полноценно функционировать в медиатизированном обществе, использовать широкий спектр медиа в учебной и не учебной деятельности. Определение понятия медиаобразованность сформулировано нами в результате анализа теоретико-методологических положений медиаобразования и коммуникативно-тезаурсного подхода.

Еще один термин, широко используемый в медиаобразовании это изучение медиа – основной путь практического освоения медиасредств. Изучение медиа (*media studies*) менее нормативно, чем медиаобразование, это, может быть, более наглядный подход к медиа. Изучение медиа фокусируется на приобретении знаний о медиа, медиаобразование на развитии восприятия и критического понимания медиа, а медиаграмотность включает основы изучения медиа и медиаобразования, чтобы развить способности студента к полноценной жизни в обществе [4].

Медиаграмотность и изучение медиа часто включают критический анализ медиа, но не практическое создание медиатекстов, в то время, как медиаобразование обычно охватывает все эти стороны.

Медиаобразование предусматривает методику проведения занятий, основанную на проблемных, эвристических, игровых и др. продуктивных формах обучения, развивающих индивидуальность учащегося, самостоятельность его мышления, стимулирующих его способности через непосредственное вовлечение в творческую деятельность, восприятие, интер-

претацию и анализ структуры медиатекста, усвоение знаний о медиакультуре. При этом медиаобразование, сочетая в себе лекционные и практические занятия, представляет собой своеобразное включение учащихся в процесс создания произведений медиакультуры, то есть погружает аудиторию во внутреннюю лабораторию основных медиапрофессий, что возможно как в автономном варианте, так и в процессе интеграции в традиционные учебные предметы. Для того чтобы школьники и студенты были медиаграмотными, они должны изучать не только то, как сконструированы те или иные медиатексты, но также и то, как эти тексты выражают различные политические, идеологические, экономические, социокультурные интересы.

Медиа формируют мир, в котором мы живем, и поэтому для студентов становится все более и более важным понять социальные инфраструктуры. Медиаобразование (media education) исследует медиа в пределах социополитической структуры через анализ и производство. Это включает обучение студентов пониманию процесса производства и распространения информации, роста медиапромышленности, развития коммерческих медиа-агентств, роли рекламы, оценки аудиторий печатных и аудиовизуальных текстов.

Современные исследователи медиаобразования считают, что сегодня термины медиаобразованность и медиаграмотность почти невозможно и не нужно разделять. В настоящее время они взаимозаменяемы, и нет смысла пробовать устанавливать теоретические различия. Они являются или дополняющими друг друга, или говорящими о том же самом различными способами. Нам кажется невозможным договориться об очень точных определениях в такой широкой области.

Библиографический список

1. Ахметова, Д.З. Преподаватель вуза и инновационные технологии / Д.З. Ахметова, Л.И. Гурье // Высшее образование в России. – 2001. – № 4. – 211 с.
2. Журин, А.А. Интеграция медиаобразования с курсом химии средней общеобразовательной школы / А.А. Журин // Медиаобразование. – 2005. – № 2. – 110 с.
3. Змановская, Н.В. Медиаобразованность студентов вуза – будущих учителей: критерии сформированности / Н.З. Змановская // Вопросы педагогического образования: Межвузовский сборник статей. – Иркутск: ИПКРО, 2003. – Вып. 14. – С. 133–139.
4. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность: мнения экспертов / А.В. Федоров // Образовательные технологии XXI века / ред. С.И. Гудилина, К.М. Тихомирова, Д.Т. Рудакова. – М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. – 396 с.

[К содержанию](#)