

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Журналистика»

(наименование кафедры)

42.04.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Мультимедийная журналистика

(направленность (профиль))

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему «Освещение проблем медиаобразования в научных трудах и профессиональных изданиях на современном этапе»

Студент

Т.Б. Исакова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Научный руководитель

Г.И. Щербакова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель программы канд. филол. наук, доцент, Л.В. Иванова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« _____ » _____ 20 _____ г.

Допустить к защите

Заведующий кафедрой канд. филол. наук, Н.И. Тараканова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« _____ » _____ 20 _____ г.

Тольятти 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ И НЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	16
1.1 Зарубежные теории медиаобразования	16
1.2. Специфика развития медиаобразования в России.....	26
1.3. Понятие «медиаобразование».....	377
Глава 2. ОСВЕЩЕНИЕ ПРОБЛЕМ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ	477
2.1. Научные исследования в области медиаобразования в России в период 1960 -2008гг.	477
2.2. Анализ результатов исследования освещения проблем медиаобразования в научных трудах	544
2.3. Анализ результатов исследования освещения проблемы медиаобразования в журнале «Журналист» на современном этапе	711
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	900
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	944

ВВЕДЕНИЕ

«В современном мире, насквозь пронизанном информационными потоками, журналистика стала не только источником новостей и ареной обмена мнениями, не только предметом научных дискуссий, но и объектом пристального внимания и осмысления со стороны различных социальных институтов. По поводу журналистики и ее роли в обществе высказываются государственные и общественные деятели, влиятельные политики и другие лидеры мнений. Такое заинтересованное отношение социума к медийной сфере и, соответственно, к профессии журналиста объясняется как чрезвычайно сложной структурой, полифункциональностью ее общественных обязанностей, так и вступлением мира в новую информационную эпоху»¹.

«Наряду с этими факторами в настоящее время заметно выросла роль аудитории в формировании медиасреды, публика перестала быть объектом, она стала активным субъектом медийных процессов»². Таким образом, «от уровня ее медиаактивности и медиаинформационной грамотности зависит целостность медиaprостранства и его безопасность со всеми, входящими в него элементами. Данные трансформации в системе массовых коммуникаций обуславливают актуализацию медиаобразования аудитории, которая сегодня стала активным субъектом информационных отношений»³.

На современном этапе актуальной становится проблема не только получения информации, но и ее правильного отбора, оценки. Умения отличать факт от мнения, оценивать достоверность информации, распознавать манипулятивные технологии и фейковые новости необходимы современному человеку. Формировать данные умения нужно начиная с детского возраста и

¹Жилавская, И.В. Медиаобразовательные технологии печатных СМИ // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. - № 5. - URL: <http://journ.msu.ru>(Дата обращения 30.01.2017)

²Жилавская, И.В. Медиаобразовательные технологии печатных СМИ. -URL: <http://journ.msu.ru>(Дата обращения 30.01.2017)

³Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации : монография. - Челябинск : изд-во Челяб. Гос. ун-та, 2007. – 270 с.

продолжать этот процесс в течении всей жизни. Отмеченное явление говорит о том, что «российскому медиаобразованию сегодня следует самоопределиться как отрасли духовного производства, направленной на формирование медиакомпетентной личности, выступающей гарантом медиабезопасного общества»⁴.

Курс на модернизацию, провозглашенный российскими политиками, невозможен без соучастия медиакомпетентной личности, которая обладает всей полнотой информации о происходящих событиях, умеет управлять этой информацией, ее оценивать, интерпретировать и с ее помощью организовать профессиональную деятельность.

По мнению И.А. Фатеевой «в этой ситуации именно СМИ могут и должны включиться в процесс институционализации медиаобразования и самоопределения его как автономной отрасли современного гуманитарного знания. Для организаций массмедиа – это жизненная необходимость, которая в определенном смысле поможет сохранить институт журналистики, а самой медиаотрасли - выйти на новый уровень социально-экономических отношений»⁵.

«Исследователи всегда отводили СМИ и журналистике значительное место в социализации личности, воздействии на формирование идей и мнений, создании условий для развития медиаграмотности и медиакультуры»⁶. Активное участие в разработке основ формирования медийной и информационной грамотности принимает ЮНЕСКО. Данная организация сформулировала цели и принципы медиаобразования в Грюнвальдской декларации ЮНЕСКО по медиаобразованию (1982), Александрийской декларации об информационной грамотности и образовании на протяжении всей жизни «Маяки информационного общества» (2005), Парижской повестки ЮНЕСКО (2007), Московской декларации по медиа- и информационной

⁴Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации. - Челябинск, 2007.

⁵URL: <http://lib.csu.ru> (Дата обращения 16.11.2016)

⁶URL: <http://journ.msu.ru>(Дата обращения 30.01.2017)

грамотности (2012) и оказывает поддержку странам-членам в достижении целей медийной и информационной грамотности.

«Экспертами в области медиа подчеркивалось, что вместо того, чтобы осуждать или одобрять несомненную силу средств информации, мы должны признать их существенное влияние и проникновение во все сферы жизни как установленный факт, а также учитывать их важность как неотъемлемого элемента современной культуры. Мы не должны недооценивать ни роль коммуникации и средств информации в процессе развития, ни их функцию как инструмента активного участия граждан в жизни общества. Политическим и образовательным системам необходимо признать, что их обязанностью является содействие критическому пониманию гражданами феномена коммуникации»⁷. По мнению И.В. Жилавской, ведущего ученого в сфере медиаобразования, «одной из функций современной журналистики является именно медиаобразовательная». Смысл медиаобразовательной функции состоит в «повышении медиакомпетентности массовой аудитории, развитии ее способности адекватно воспринимать содержащуюся в СМИ информацию, анализировать ее и создавать собственные общественно значимые медиатексты, соответствующие нормам и принципам информационной культуры»⁸. «Это может произойти в том случае, если СМИ в полной мере осознают свой медиаобразовательный потенциал, направленный на работу с аудиторией»⁹. В редакциях СМИ используется «комплекс технологий, отвечающих непосредственно за работу с читателями, зрителями, слушателями. Часть этих технологий носит медиаобразовательный характер»¹⁰.

⁷Жилавская, И.В. Становление отрасли медиаобразования как условие медиабезопасности общества [Текст] / И.В. Жилавская //Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. - №21 (312). – С. 201 – 208.

⁸Жилавская, И.В. Медиаобразовательные технологии печатных СМИ // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. - № 5

¹⁰Жилавская И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2016. - № 3. – Том 1. – С. 121

«Медиаобразовательные технологии, главным образом, направлены на широкую аудиторию. Они способствуют трансформации роли пользователя СМИ из потребителя в реального автора, создателя медийного контента. И задача специалистов медиаотрасли, понимающих смысл и значение медиаобразования в современной жизни, способствовать повышению уровня медиакомпетентности аудитории, с чьим вниманием и информационными потребностями работает данное конкретное СМИ»¹¹. Короченский А.П., отмечает, что «медиаобразование и журналистика объективно являются союзниками в формировании в российском обществе высокой медиакультуры граждан»¹².

«Кто, как не журналисты могут показать, как быстро и профессионально искать информацию, добывать ее, критически оценивать и создавать новый информационный продукт социального характера? – пишет И.В. Жилавская. - Специалисты медиаотрасли владеют всеми тонкостями формирования информационной повестки дня, технологиями сбора и обработки информации, техническими навыками работы с современным медиатекстом».

Жилавская И.В. отмечает, «что так называемые народные корреспонденты, создавая свой самостоятельный контент, существенно снижают представления массового потребителя о качественном медиатексте. Обилие непроверенной информации, большие проблемы с русским языком, сниженная лексика, некачественное видео, низкого уровня фотографии, плохой звук – все это признаки непрофессиональной работы, которая автоматически переносится на профессию журналиста. Это негативно сказывается на качестве медиасреды в целом и конкретных СМИ, в частности»¹³. Мы разделяем точку зрения Ирины Владимировны Жилавской, справедливо отмечающей, что «в подобных

¹¹Жилавская И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема // Ветник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2016. - № 3. – Том 1. – С. 121

¹²Короченский, А.П. Отечественная журналистская наука: между пошлым и будущим / Журналистика и медиаобразование в XXI веке : сб. научных трудов Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 25–27 сентября 2006 г.). Белгород : Изд-во БелГУ, 2006. С. 18.

¹³Жилавская И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема. – С. 121

обстоятельствах медиаобразование, медиапросвещение населения – это, с одной стороны, зона социальной ответственности медиапредприятий по учету интересов и реализации прав граждан на качественную информацию, с другой, в определенном смысле форма самосохранения и самозащиты от размывания профессиональной деятельности вплоть до утраты профессии»¹⁴.

«Медиаобразовательный потенциал СМИ – это необходимые средства и условия для реализации целенаправленной деятельности редакционного коллектива по повышению уровня медиакомпетентности своей аудитории, роста ее медиакультуры.

Условия, при которых возможно эффективное раскрытие медиаобразовательного потенциала СМИ – это мотивация руководства редакции и ее коллектива, корпоративная культура, высокий уровень социальной ответственности, а также развитая окружающая медиасреда, медиаактивность граждан, способных осознавать свои информационные потребности»¹⁵.

Необходимость медиаобразования на современном этапе развития информационного общества не вызывает сомнения. «Подготовка к жизни в окружении медиа, безусловно, является необходимым элементом социализации личности. Большинство цивилизованных стран признали необходимость перехода от стихийной социализации к целенаправленной. Этот процесс должен осуществляться при участии профессиональных педагогов (медиапедагогов) в системе формального, неформального образования»¹⁶.

Следует отметить, что современные теории медиаобразования аккумулируют в себе и педагогические теории, и теории медиа. Проблема

¹⁴Жилавская И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема. – С. 121

¹⁵Жилавская И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема. – С. 122

¹⁶ Фатеева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение // URL: <http://cyberleninka.ru> (Дата обращения 01.01.2017)

заключается в том, что «задачи медиаобразования педагоги решают, как правило, в отрыве от медиасообщества. В свою очередь, медиасообщество, пребывая в перманентном переходном периоде поиска своей роли в новой медиареальности, к сожалению, пока не выработало своего отношения к медиаобразованию»¹⁷. Мы полагаем, что журналистское научное сообщество находится на пороге осмысления роли медиаобразования в СМИ. Таким образом, сегодня мы имеем множество не согласованных подходов и отсутствие эффективной системы продвижения теории медиаобразования в практику.

Анализ научных трудов по проблемам медиаобразования, размещенных на специализированных сайтах (<http://www.mediagram.ru/> , <http://www.mediaeducation.ru/> и др.) показывает, что большая часть из них, за редким исключением, относится к области педагогики. В диссертационных исследованиях педагогов не рассматривается медиаобразовательный потенциал СМИ. В сложившейся ситуации особую ценность приобретают теории объединяющие в себе педагогическое и медийное начала. Примером может служить концепция, предложенная Жилавской И.В.

В настоящее время «далеко не все руководители СМИ способны к долгосрочному планированию или готовы ставить перед собой задачу повышения уровня медиакомпетентности аудитории и вести целенаправленную медиаобразовательную деятельность. В этом смысле педагогическая модель предполагает более высокую ценностную составляющую по определению. Проблема же заключается в том, что медиаобразовательная мотивация на современном этапе развития российского медиаобразования не проявлена ни на уровне образовательных учреждений, ни на уровне системы образования в целом»¹⁸.

¹⁷ Фатеева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение // URL: <http://cyberleninka.ru> (Дата обращения 01.01.2017)

¹⁸ Жилавская И.В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования.- URL: <http://mediascope.ru>

Проблема медиаобразования не теряет своей актуальности. Она широко обсуждается на научных конференциях, форумах, становится предметом научных дискуссий. Вместе с тем, мы можем констатировать, что в настоящее время назрела необходимость комплексного науковедческого исследования состояния проблемы медиаобразования.

По результатам наукометрического исследования, проведенного в 2008 году профессором Федоровым А.В., было сделано предположение о том, что «в медиаобразовании XXI века будут доминировать «социокультурные» и «культурологические» теории и соответствующие им задачи. Продолжится сближение тематики исследований в области медиапедагогики, медиакритики и журналистики, а количество исследований, так или иначе связанных с проблемами медиаобразования, медиаграмотности и медиакомпетентности, будет неуклонно расти»¹⁹. Со времени опубликования результатов данного исследования прошло 10 лет и, следовательно, у нас появилась возможность проверить оправдался ли данный прогноз.

Анализ состояния перспектив развития медиаобразования дал возможность выявить несоответствия, которые в свою очередь позволили сформулировать следующие противоречия:

- между возросшими требованиями к уровню медиаграмотности аудитории СМИ и недостаточностью исследований деятельности СМИ по медиаобразованию аудитории;
- между возможностями медиаобразовательных технологий и недостаточным использованием их в деятельности редакций СМИ;
- между увеличением роли медиаобразовательной функции СМИ и отсутствием профессиональной подготовки сотрудников СМИ к реализации данной функции;
- необходимостью использования медиаобразовательных технологий и неразработанностью подходов к определению содержания медиаобразования.

¹⁹ Федоров А.В. Медиаобразование вчера и сегодня. – М., 2009. - URL: <http://dlib.rsl.ru> (Дата обращения 30.11.2017)

Актуальность нашего исследования обусловлена необходимостью развития знания о медиаобразовании. В частности, существует объективная потребность в изучении взаимосвязи науки и практики в сфере медиаобразования. Также требует осмысления процесс популяризации медиаобразования в профессиональных изданиях, обобщения накопленного научного знания о данной сфере. Актуальность, теоретическая значимость и недостаточная разработанность указанной проблемы в науке, возрастающее её практическое значение, а так же необходимость разрешения перечисленных выше противоречий позволили определить тему исследования: **«Освещение проблем медиаобразования в научных трудах и профессиональных изданиях на современном этапе».**

Объектом исследования являются диссертационные исследования по научной специальности «Журналистика», посвященные проблеме медиаобразования, и публикации в журнале «Журналист» медиаобразовательной тематики.

Предметом исследования являются уровень осмысления состояния современного российского медиаобразования и учет имеющихся предложений по его внедрению в научной и профессиональной литературе (на примере авторефератов диссертаций, защищенных по актуальной тематике по научной специальности 10.01.10. Журналистика и публикаций в журнале «Журналист».

Целью исследования является изучение состояния российских научных исследований в области медиаобразования и практики их реализации СМИ.

Задачи исследования:

1. Оценить степень разработанности проблемы медиаобразования в отечественной и зарубежной науке и практике, уточнить сущность понятия «медиаобразование», систематизировать сведения о реализации медиаобразовательной функции СМИ.

2. Провести контент - анализ диссертационных исследований по научной специальности «Журналистика», посвященных проблеме медиаобразования,

выполненных в период с 2012 по 2018 гг. Проследить динамику защит диссертаций.

4. Проанализировать задачи медиаобразования на современном этапе развития в теории и практике, выявить тенденции развития теоретических представлений и практики реализации медиаобразовательной функции профессиональными СМИ.

5. Провести контент-анализ публикаций в журнале «Журналист» в разделе «Журфак» за 2012 – 2015 годы по медиаобразовательной тематике. Определить степень разработанности проблемы медиаобразования сформировать системное представление об объекте и предмете исследования в контексте ведущих тенденций развития медиасферы.

Теоретико-методологическая база исследования: научные труды посвященные проблемам медиакритики и медиаобразования: Р.П. Баканова, И.В. Григорьева, И.В. Жилавской, А.А. Журина, Я.Н. Засурского, Л.А. Ивановой, А.П. Короченского, М.А. Мясниковой, А.В. Фёдорова, А.В. Шарикова, М.В.Шкондина, И.В. Шаповенко и др.; труды по истории, теории и методологии журналистики А.И. Аكوпова, Е.Л. Вартановой, А.А. Грабельникова, С.М. Гуревича, С.Г. Корконосенко, Е.А. Корнилова, Е.П. Прохорова, Л.Л. Реснянской, Л.Г. Свитич, А.А. Тертычного, В.В. Тулупова, М.И. Шостак.

Методы исследования, использованные для решения поставленных задач: общенаучные методы (анализ, синтез, классификация, обобщение). А также методы науки журналистики: метод критического изучения источников, для выявления уровня теоретического осмысления предмета исследования, степени разработанности темы; комплексный анализ текстов для изучения содержательных и формальных характеристик публикаций, а также метод контент-анализа для получения качественных и количественных данных.

Эмпирическая база исследования: научные труды, посвященные изучению проблем медиаобразования и медиакультуры; публикации в журнале «Журналист». Основой эмпирической базы являются публикации в журнале

«Журналист» за период с 2012 по 2018 год и авторефераты диссертаций на соискание ученых степеней по научной специальности 10.01.10. Журналистика, размещенные на сайте ВАК.

Гипотеза исследования:

1. В медиаобразовании доминируют социокультурные и культурологические теории и соответствующие им задачи.
2. Продолжается «сближение тематики исследований в области медиапедагогики, медиакритики и журналистики».
3. Будет возрастать количество исследований связанных с проблемами медиаобразования, медиаграмотности и медиакомпетентности.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Медиаобразование является необходимым элементом социализации личности и обеспечения информационной безопасности общества, следовательно, назрела необходимость социального заказа на медиаобразование.
2. Развитие медиаобразования тесно связано с общегосударственной политикой развития общества на основе демократических принципов и отвечает нуждам медийной отрасли во вдумчивой и социально-активной аудитории.
3. Отсутствие единой концепции и единого толкования понятия «медиаобразование» свидетельствует о том, что мы являемся свидетелями зарождения новой прикладной отрасли науки и практики со своим особым объектом и предметом исследования. На современном этапе каждая из «родительских» дисциплин (педагогика и журналистика) охотно включает медиаобразование в свой состав, наблюдается смешение журналистских и педагогических моделей медиаобразования.
4. Тенденции развития медиаобразования наметившиеся в начале XXI века и выявленные в ходе исследования профессором А.В. Федоровым изменились. Наблюдается тяготение в медиаобразовании к утилитарному, прагматическому подходу, что соответствует требованиям времени.

5. Развитие культуры взаимодействия со СМИ обеспечит не только формирование медиакомпетентной аудитории, но и профессиональное становление будущих журналистов, приобщит к лучшим журналистским практикам СМИ, послужит повышению гражданской и профессиональной активности.

Новизна работы заключается в классификации и систематизации научной информации из областей знаний, «причастных» к медиаобразованию:

- проведен анализ состояния исследований медиаобразования в современных условиях;
- дан срез современной журналистской практики по освещению проблемы медиаобразования;
- выявлены конкретные изменения в освещении проблемы медиаобразования в профессиональных изданиях журнал «Журналист».

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что полученные результаты представляют теоретико-методологические основания системы медиаобразования, а именно:

- уточнены сущность и содержание понятия «медиаобразование», что вносит вклад в развитие понятийно-терминологического аппарата педагогики и журналистики;
- выделены сущностные характеристики медиаобразования;

Практическая значимость заключается в возможности использования результатов исследования в рамках профессионального медиаобразования для подготовки будущих журналистов к реализации медиаобразовательной функции СМИ.

Материалы исследования могут быть использованы для разработки основных профессиональных образовательных программ направления подготовки «Журналистика», профиль «Медиаобразование», программ учебных дисциплин, методических рекомендаций по организации медиаобразования. Разработанная нами методика исследования может быть

использована для анализа реализации медиаобразовательной функции другими изданиями.

Апробация результатов исследования проходила на научных и научно-практических конференциях в г. Казань, Тольятти, Челябинск. Отдельные положения магистерской диссертации опубликованы в научных статьях: 1. «Инновационные медиаобразовательные технологии в организации самостоятельной работы студентов»²⁰, 2. «Журналистское образование в условиях модернизации»²¹, 3. «Социальная компетентность в профессиональном становлении журналистов»²² и др.

Цель и задачи исследования определили структуру магистерской диссертации, которая состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы.

Во введении обоснована актуальность проблемы исследования, определены цель, задачи, теоретико-методологическая база, охарактеризована структура работы.

В первой главе диссертации проведен ретроспективный анализ проблемы медиаобразования в России и за рубежом, уточнена сущность понятия «медиаобразование».

Во второй главе определена программа исследования тематики и проблематики диссертаций, посвященных теории и практике медиаобразования, а также публикаций в журнале «Журналист». На основе результатов контент - анализа авторефератов, размещенных на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии, по научной специальности 10.01.10 Журналистика, контент - анализа публикаций, адресованных широкой научной

²⁰Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции (20 – 22 октября 2016 г.) / под ред. Р.П. Баканова. – Казань : Изд-во Казан. Ун-та, 2016 . – С. 391 – 395.

²¹Вестник Челябинского государственного университета. 2015. - №5 (360). – С. 383-388. Филология. Искусствоведение. Выпуск 94.

²²Этнодидактика народов России: Многомерность, многомерные компетенции: Материалы IX Международной научно-практической конференции (Нижнекамск, 12мая 2011г.) / под ред. Ф.Г. Ялалова. - Нижнекамск: Изд-во НМИ, 2011.-314с.

общественности, журналистам, студентам журфаков, определены тенденции развития медиаобразования на современном этапе.

В заключении магистерской диссертации подводятся итоги проведенного исследования, делаются обобщения, формулируются выводы, обозначаются перспективы дальнейшего исследования проблемы медиаобразования в теории и практике.

Глава 1. ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ И НЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

1.1 Зарубежные теории медиаобразования

«Необходимость медиаобразования на современном этапе развития информационного (постиндустриального) и медиатизированного общества практически никем не оспаривается, т. к. подготовка к жизни в окружении медиа, безусловно, является необходимым элементом социализации личности»²³. Для осмысления системы медиаобразования целесообразно обратиться к истории его становления.

«Теория медиаобразования возникла в ответ на запрос общества конца XX века. Его теоретическая основа существует в контексте идей Г. М. Маклюэна, Дж. Гербнера, Э. Тоффлера, Д. Рашкоффа, Р. Дебрэ и прочих исследователей в области коммуникативистики, а также философских воззрений Ж. Бодрийяра («общество потребления»), Г. Дебора («общество спектакля»), Ю. Хабермаса («общественная сфера») и пр., которые имманентно присутствуют в рассуждениях о роли, целях и методах медиаобразования»²⁴.

Теория медиаобразования существует неотрывно от исследований проблем массовых коммуникаций в целом, которыми занимаются и российские ученые, в частности, Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова, Е. П. Прохоров, Л. М. Землянова и др.

Кроме того, российская и зарубежная мысль вновь обращена к проблемам будущего средств массовой информации в ситуации очередного витка технологического прогресса, что находит свое отражение в большом количестве публикаций на эту тему. Несмотря на «молодость» медиаобразования как направления научно-практической деятельности, можно

²³ Фатеева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение // URL: <http://cyberleninka.ru> (Дата обращения 01.01.2017)

²⁴ Фатеева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение // URL: <http://cyberleninka.ru> (Дата обращения 01.01.2017)

констатировать, что существует большой объем работ, посвященных его проблемам»²⁵. Эти работы можно разделить на два типа:

- работы, посвященные проблеме обоснования необходимости медиаобразования в современном обществе, его ценности и востребованности как нового направления научной деятельности вообще, и педагогической, в частности (L.Masterman, A.Hart, W.J.Potter, G. Brownell,N.Brownell, И. В. Челышева, А. А. Новикова, Л. С. Зазнобина, А. Г. Быстрицкий и др.;

- работы, «содержащие конкретные предложения и практические рекомендации по созданию медиаобразовательных программ (Е. Л. Вартановой, Я. Н. Засурского, А. В. Федорова, Е. Bevort)»²⁶.

Появление медиаобразования исследователи относят к последней трети XIX века. Зародилось оно в странах с наиболее развитой печатью и расширялось по мере становления таких видов массово-информационной деятельности как радио, телевидение, кино, реклама. Учреждения образования стали включать подготовку специалистов для этих медиа в свои обучающие программы. При этом, в разных странах сформировались различные конфигурации систем профессионального (журналистского) медиаобразования. В одних странах активно развивались государственные образовательные учреждения, в других – частные; где-то преобладали колледжи, где-то вузы, где-то обучение проходило на медиапредприятиях. Различными были масштабы образовательных учреждений, занимающихся медиаобразованием, их универсальность, или, напротив, специализация, по-разному складывались взаимоотношения с общественными институтами, научными и профессиональными организациями медийного профиля²⁷.

Первые элементы непрофессионального медиаобразования в форме самодеятельной детской прессы и кинодвижения появились в двадцатые годы

²⁵ Фатеева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение // URL: <http://cyberleninka.ru> (Дата обращения 01.01.2017)

²⁶ URL: <http://do.gendocs.ru> (Дата обращения 08.01.2017)

²⁷ Фатеева И.А. Актуальные проблемы медиаобразования : учебное пособие – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, - 2015. – 129 с.

двадцатого века. В середине XX века, с развитием электронных массмедиа, произошла институционализация этого второго целевого вида медиаобразования – массового. В 1950-е гг. по инициативе выдающегося ученого Маршалла Маклюэна в Канаде начали проводиться учебные курсы, имевшие целью ознакомить учащихся со средствами массовой коммуникации. Именно ему принадлежит фраза: «Образование – это самозащита общества против вреда, который приносят медиа»²⁸.

В массовом порядке такие курсы стали проводиться в 1960-1970-е гг., тогда же в педагогике закрепился термин *mediaeducation*. Первые десятилетия своего существования медиаобразование имело «защитительный» уклон. В этот отрезок времени ведущие страны мира переживали «информационный взрыв». Связано это было с развитием телевидения и, как следствие, с необходимостью защиты детей от неконтролируемого потребления информации. Акцент делался на то, что средства массовой коммуникации (далее СМК) – это источник угроз, следовательно, необходимо оградить подрастающее поколение от пагубного влияния. «Защитная теория медиаобразования» проявилась и «искусствоведческо-культурологическом уклоне содержания. Это обусловлено тем, что «агрессии» голубого экрана страдали не только дети, но и искусство кино, защищаемое многочисленными киноклубами, с которыми генетически оказывается связанным зарождающееся педагогическое направление.

Затем (в 70–80-е гг. XX века) представление о медиаобразовании обогащается социальными, социально-психологическими, политологическими, социокультурными, семиотическими аспектами, опирается на развитие теории массовой информации и коммуникации. Ведущими концептуальными подходами становятся теория «критического мышления» английского медиапедагога Л. Мастермана и «развивающий» подход, ратующий за развитие личности средствами медиа²⁹, – авторитетно утверждает И.А. Фатеева.

²⁸ Фатеева И.А. Актуальные проблемы медиаобразования. - С. 43

²⁹ Фатеева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение в России. – С. 6-10.

Развитие непрофессионального медиаобразования на Западе было интенсивным и по времени осуществления совпало с процессами перемен в национальных системах образования, вызванных изменениями в структуре общества, в производственной сфере, все более переходящей на избавление от физического труда к автоматизации производства, что высвобождало силы и время огромной человеческой массы. Это время стало кризисным для старой педагогики и удобным для зарождения новых подходов, в том числе и медиаобразования как средства развития личности, проводившей значительную долю освободившегося времени за чтением газет, просмотров телепрограмм или кинофильмов. Как использовать во благо огромный потенциал – об этом стало интенсивно думать педагогическое западное сообщество.

В результате массовое медиаобразование в ряде стран достигло впечатляющего развития. Так, по данным А. В. Федорова, в США подписанный в 1994 г. президентом страны закон «Цели 2000: Американский образовательный акт» включает медиаобразование в рекомендуемый стандарт обучения на всех уровнях начальной и средней школы. А «в Великобритании в 1995 г. 30 тысяч школьников выбрали «Медиа» для сдачи экзаменов за курс средней школы, в Канаде с1999 г. изучение медиа стало обязательным для учащихся всех средних школ с 1-го по 12-й классы. Медиа изучаются в школах Австралии, Франции, во всех скандинавских странах, в странах Южной Европы. Столь мощному развитию способствует последовательная позиция ЮНЕСКО, которая определяет медиаобразование как приоритетную область культурно-педагогического развития XXI в.»³⁰ - отметил исследователь.

Вместе с тем учение отмечают, что единой теоретической концепции медиаобразования так и не сложилось. Выделяют как минимум восемь основных теоретических подходов в данной области. Рассмотрим данные

³⁰Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов-на-Дону, 2001. 708 с.

теории, опираясь на их систематизацию исследователем А.В. Федоровым³¹. Выделим теоретическую базу анализируемых теорий, провозглашаемые цели, содержание и педагогические стратегии медиаобразования. Результаты анализа представлены нами в Таблице 1.

Таблица 1

Ключевые теории медиаобразования в зарубежных странах³²

Наименование теории медиаобразования	Теоретическая база	Цель медиаобразования	Педагогическая стратегия и содержание медиаобразования
«Идеологическая»	«Идеологическая теория медиа: медиа способны манипулировать общественным мнением, в том числе в интересах того или иного социального класса, расы, нации. Детская аудитория самая незащищенная от воздействия медиа».	«Вызвать у аудитории желание изменить систему массовой коммуникации (в не тоталитарных государствах), или внушить, что сложившаяся система медиа лучшая (в тоталитарных государствах) в этих критикуются медиакультура других стран (демократических)»	«Изучение политических, социальных, национальных и экономических аспектов медиа, анализ противоречий, которые содержат эти аспекты с точки зрения того или иного класса»
«Протекционистская (инъекционная)», «защитная», «прививочная»»	«Инъекционная теория медиа - предохранительная от вредных воздействий медиа, «теория гражданской защиты» - защиты от медиа,	«Смягчить негативный эффект чрезмерного увлечения медиа детей и молодежи. Помочь учащимся понять разницу между	«Изучение проблем негативного влияния насилия и сексизма. Борьба против «экранного насилия» в сочетании с

Продолжение Таблицы 1

³¹ Федоров А.В. Ключевые теории медиаобразования в зарубежных странах / Вестник Российского гуманитарного научного фонда. – 2002. - № 1. – С. 149 – 158.

³² Цит. по Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов-на-Дону, 2001. 708 с.

Наименование теории медиаобразования	Теоретическая база	Цель медиаобразования	Педагогическая стратегия и содержание медиаобразования
	«теория культурных ценностей» - негативному воздействию медиа противопоставляются вечные ценности классического культурного наследия. Медиа оказывают прямое негативное воздействие на аудиторию, которая состоит из массы пассивных потребителей, которые не могут понять сути медиатекстов».	реальностью и медиатекстом путем вскрытия негативного влияния медиа на конкретных примерах, доступных для понимания конкретной аудитории».	формированием критического, самостоятельного, творческого, демократического мышления».
«Теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории»	«Теория потребления и удовлетворения в области медиа. Влияние медиа на аудиторию ограничено, учащиеся могут сами правильно выбрать и оценить медиатекст в соответствии со своими потребностями»	«Помочь учащимся извлекать из медиа максимум пользы в соответствии со своими желаниями и склонностями».	«Формирование умения правильно выбирать и критически оценивать медиатекст. Опора на положительные стороны медиаинформации».
«Практическая	«Теория	«Обучить	«Изучение

Наименование теории медиаобразования	Теоретическая база	Цель медиаобразования	Педагогическая стратегия и содержание медиаобразования
(медиаобразование как «таблица умножения»)	потребления и удовлетворения в области медиа».	школьников, студентов использовать медиа аппаратуру».	технического устройства медиа аппаратуры и формирование практических умений использования данной аппаратуры, в том числе для создания собственных медиатекстов».
«Эстетическая (художественная)»	«Культурологическая теория медиа».	«Помочь аудитории понять основные законы и язык медиаинформации, имеющей прямое отношение к искусству, развить эстетическое (художественное) восприятие и вкус, способности к квалифицированному анализу художественных медиатекстов».	«Изучение языка медиаккультуры, авторского мира создателя художественного медиатекста, истории медиаккультуры (история киноискусства, художественного телевидения и т.п.). Формирование навыков критического анализа художественных медиатекстов, интерпретации и квалифицированной оценки».
«Семиотическая»	«Труды теоретиков медиа семиотического (структуралистского) направления	«Помочь учащимся «правильно читать» медиатекст».	«Обучение правилам декодирования медиатекста, описания его

Наименование теории медиаобразования	Теоретическая база	Цель медиаобразования	Педагогическая стратегия и содержание медиаобразования
	<p>Р. Барта, К. Метца. Медиа стремятся завуалировать многозначный знаковый характер своих текстов, что угрожает свободе потребления информации. Аудитория пассивна по отношению к чтению медиатекстов».</p>		<p>содержания, ассоциаций, особенностей языка. Материалом для анализа являются любые тиражируемые объекты».</p>
<p>«Формирования критического мышления»</p>	<p>«Теория «повестки дня». Медиа – это «четвертая власть», которая распространяет модели поведения и социальные ценности среди разрозненной массы индивидуумов».</p>	<p>«Защитить аудиторию от манипулятивного воздействия медиа, научить ориентироваться в информационном потоке современного демократического общества».</p>	<p>«Изучение влияния медиа на индивидов и общество с помощью «кодов» (условностей – символов), развитие критического мышления учащихся по отношению к медиатекстам. Формирование свободного, толерантного гражданина демократического общества, обладающего автономным мышлением».</p>
<p>«Культурологичес</p>	<p>«Культурологиче</p>	<p>«Помочь</p>	<p>«Изучение</p>

Наименование теории медиаобразования	Теоретическая база	Цель медиаобразования	Педагогическая стратегия и содержание медиаобразования
кая»	ская теория медиа. Медиа скорее предлагает, чем навязывает интерпретацию медиатекстов. Аудитория всегда находится в процессе диалога с медиатекстами и их оценивания. Аудитория вкладывает различные смыслы в воспринимаемые медиатексты, самостоятельно их анализирует».	учащимся понять, как медиа могут обогатить восприятие, знание и т.п.».	«ключевых понятий», ролей, которые играют в обществе стереотипы, распространяемые с помощью медиа. Обучение оценке и критическому анализу медиатекстов».

Анализ существующих теорий медиаобразования показал, что их условно можно разделить на три группы (подхода). К первой группе мы можем отнести идеологическую, протекционистскую и эстетическую теории медиаобразования. Сторонники данных теорий стремятся оградить обучающихся от пагубного влияния медиа, в том числе от низкохудожественных медиатекстов, и «противопоставить этому влиянию классические культурные ценности, лучшие современные произведения»³³. А.В. Федоров называет данный подход, и с ним можно согласиться,

³³Челышева, И.В. Методика и технология медиаобразования в школе и вузе. – Таганрог, 2009. – 320 с.

«дискриминационным, т.к. медиапедагоги строят свою работу на выбранных ими медиатекстах без учета интересов и вкусов аудитории»³⁴.

Второй подход можно условно назвать аналитическим. К нему можно отнести теории «формирования критического мышления», «семиотическую» и «культурологическую». Главное в этих теориях – это «в условиях переизбытка информации дать аудитории ориентиры, научить грамотно воспринимать информацию, понимать ее, анализировать, оценивать механизмы и последствия медиавлияния».

«Теорию медиаобразования «как источника «удовлетворения потребностей» аудитории» и «практическую теорию медиаобразования» мы можем отнести к третьей группе, которая носит прикладной, утилитарный характер.

Мы разделяем позицию А.В. Федорова, который вслед за К. Тайнером говорит о необходимости сбалансировать медиаобразовательный процесс, включив в него элементы всех трех групп теорий: «Медиаобразование должно дать доступ учащимся к медиасредствам и развивать способности аудитории к анализу, оценке и производству медиатекстов в различных формах»³⁵.

Этапами реализации медиаобразовательных подходов в большинстве зарубежных стран являются:

- формирование знаний об истории, теории, структуре языка и медиа (когнитивный компонент);
- развитие восприятия медиатекстов, активизация воображения, памяти, мышления, формирование осознанного отношения к идеям, образам (когнитивный и аффективный компонент);
- развитие креативных практических умений и навыков на материале медиа (поведенческий компонент)³⁶.

³⁴Чельшева, И.В. Методика и технология медиаобразования в школе и вузе. – Таганрог, 2009.

³⁵ Цит. по Федоров А.В. Ключевые теории медиаобразования в зарубежных странах. – С. 23.

³⁶Федоров А.В. Ключевые теории медиаобразования в зарубежных странах.

Каждый из этих этапов может быть реализован автономно, либо в комплексе. Комплексное медиаобразование способствует пониманию аудиторией места медиакультуры в обществе, ее связи с различными аспектами жизни, развитию эстетического сознания, творческой индивидуальности личности.

Далее соотнесем мировой опыт медиаобразования с отечественным и выявим специфику развития медиаобразования в России. Этому будет посвящен следующий параграф.

1.2. Специфика развития медиаобразования в России

Несмотря на утверждения, что медиаобразование пришло в Россию с Запада в перестроечное время, оно насчитывает в нашей стране почти 100 лет. Любопытно, что развиваясь в СССР в изоляции от общемирового процесса из-за «железного занавеса», оно проходило те же стадии становления, что и зарубежные практики, хотя и с некоторым запозданием и с некоторыми специфическими особенностями.

После Великой Октябрьской социалистической революции остро встал вопрос о необходимости подготовки журналистов для новых СМИ. С осени 1918 года начали свою работу курсы Российского телеграфного агентства – первая форма корпоративной учебы работников прессы, курсы в Коммунистическом университете имени Я.М. Свердлова.

Первое учебное заведение для журналистов было открыто в 1921 году и просуществовало до 1938 года. Оно несколько раз переименовалось, но более всего оно известно под названием «Государственный институт журналистики» (ГИЖ). Первым ректором ГИЖа был К. П. Новицкий – автор книги «Газетоведение как предмет преподавания», которую считают теоретической основой национального медиаобразования того периода. На страницах журнала

«Журналист» печатаются его статьи по поводу преподавания газетно-журнального дела³⁷.

В 40-е годы XX века журналистское образование переместилось в классические университеты. В 1941 году Свердловский и Казахский Коммунистические институты журналистики стали факультетами в местных университетах. В 1943 году факультет журналистики был создан в Белорусском университете, в 1946 г. появилось отделение журналистики на филологическом факультете ЛГУ, а в 1947 году – в МГУ. К весне 1952 года на журналистских отделениях 13 университетов обучалось 2367 студентов и аспирантов³⁸.

Социальные процессы СССР после революции развивались по нескольким направлениям, которые неизбежно предполагали возникновение потребности в медиаобразовании:

- Ликвидация неграмотности;
- Развитие рабкорского, селькорского и юнкорского движения;
- Пропаганда читательского творчества и создание ассоциаций пролетарской или крестьянской литературы;
- Распространение радио, как эффективно средства информации и пропаганды в малограмотной стране;
- Распространение киноискусства, которое было признано важнейшим из-за своего сильного интеллектуального и эмоционального воздействия.

«Истоки формирования массового (непрофессионального) медиаобразования как отрасли социальной практики, по мнению члена Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России А. В. Шарикова, можно увидеть в деятельности кино клубов, любительских кино-, фотостудий и сети кружков «юнкоры» (юных корреспондентов) 20-х годов XX в. С 1925 г. в

³⁷ Фатеева И.А. Медиалогия и медиаобразование в их отношениях к филологии: история и современность. – С. 122-128.

³⁸ Бакулин О.А. «На базе существующего отделения журналистики Московского госуниверситета организовать... факультет печати» // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10 Журналистика. – 2004. - № 4. – С. 99.

России интенсивно работало Общество друзей советского кино (ОДСК), в центральный совет которого входили С. Эйзенштейн, В. Пудовкин, Д. Вертов, В. Туркин и другие известные российские кинематографисты»³⁹. «В этот период П.И. Люблинский – автор одной из первых книг по проблемам кинообразования «Кинематограф и дети», рассматривал влияние кино на школьную аудиторию, возможности использования экранного искусства в педагогическом процессе»⁴⁰.

«В 30-е годы XX в. медиаобразование в форме кинообразования было направлено на просвещение аудитории в вопросе влияния телевизионных потоков. Параллельно развивалось медиаобразование школьников и молодежи, направленное на повышение культуры чтения материалов прессы»⁴¹. А.В. Шариков считает, что «именно правительство активно способствовало процессу медиаобразования, который преследовал две основные цели: первая – это широкое распространение коммунистической идеологии, вторая – ликвидацию неграмотности населения. Эти две цели были теснейшим образом связаны между собой, что привело к значительному увеличению роли медиа в советском обществе. Появлялись десятки газет и журналов, создаваемых детскими и молодежными организациями. В кружках юнкорови деткоров журналисты обучали детей и подростков созданию медиатекстов»⁴².

В середине 70-х годов в России появились научные центры развития медиаобразования. В Педагогическом обществе РСФСР была создана секция массовой коммуникации, в Институте художественного воспитания открылась лаборатория ТСО и медиаобразования в РАО др.⁴³.

В конце 1980-х гг. в русском языке появился термин «медиаобразование», который ввел в научный оборот А. В. Шариков, как кальку с английского

³⁹Ильичев С.И., Нашекин Б.Н. Кинолюбительство: истоки и перспективы. М., 1986. 110 с.

⁴⁰Люблинский П.И. Кинематограф и дети. М., 1925. 122 с.

⁴¹Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М., 1990. С. 66.

⁴²Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М., 1990

⁴³ Фатева И.А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение. – С. 7

mediaeducation. Сложились условия для институционализации (т.е. вхождения в систему формального образования) массового медиаобразования. При этом в обычных учебных заведениях Советского Союза в 80-е годы медиаобразование не являлось обязательным. Как правило, это были учебные курсы по выбору самих учащихся. Безусловно, помимо факультативных предметов и кружковых занятий, специально посвященных формированию медиакультуры, существовали и интегрированные курсы. В этом случае медиаобразование становилось составной частью дисциплин эстетического (литература, изобразительное искусство, музыка, мировая художественная культура, эстетика), лингвистического (русский и иностранный языки), историко-философского (история, философия, право) или иных циклов.

Развитию медиаобразования в этот период способствовала и деятельность общественных организаций, таких как Ассоциация деятелей кинообразования(1988 г.), Детско-юношеское агентство ЮНПРЕСС (1990 г.) и др.

Федоров А.В. отмечает, что «во второй половине 90-х гг. созданная Ассоциация Интернет-образования России развернула сеть тренинг-семинаров для учителей. Интернет – проекты обучения школьников были разработаны и внедрены Я. С.Быховским, Е. С. Полат, Е. Н. Ястребцовой, Е. В. Якушиной»⁴⁴. Под руководством С. И. Гудилиной, заведующей лабораторией РАО, начал реализовываться проект медиаобразования, интегрированного с культурологическими и искусствоведческим.

«Специфическими чертами российского медиаобразования, отличающими его от медиаобразования других стран. -И.А. Фатееваназывает: 1) практическая доминанта; 2) эстетический уклон, доминирующий в кинодвижении, т.к. кино рассматривалось как вид искусства; 3) идеологический уклон медиаобразования; 4) необязательный фрагментарный характер и

⁴⁴Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов-на-Дону, 2001. 708 с

игнорирование этого направления со стороны профильного ведомства (Министерства образования и науки РФ)»⁴⁵.

В начале 2000-х годов появились первые работы, обобщающие опыт теоретиков и практиков медиаобразования (например, И.В. Чельшева работа «Основные этапы развития медиаобразования в России»⁴⁶; А.В. Федоров, И.В. Чельшева, О.И. Горбаткова, А.А. Князев работа «Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы»⁴⁷) и другие. Были защищены диссертационные исследования, посвященные отдельным направлениям медиаобразования (В.В. Гура, Г.М. Евтушенко, А.А. Журин, Н.В. Змановская, Т.В. Ковшарова, Н.А. Коновалова, О.П. Кутькина, Л.А. Иванова, Н.А. Леготина, Е.В. Мурюкина, Н.П. Рыжих, Е.А. Столбникова, М.Н. Фомина, Е.Я. Шипнягова, Л.К. Шиян, А.Я. Школьник, Е.В. Якушина и др.)⁴⁸.

Еще один авторитетный ученый, проявивший интерес к медиаобразованию, Л.А. Коханова выделяет этапы его развития:

«Первый этап (1896 – 1917 гг.) - это время, когда лидерство принадлежало газетам и журналам, к которым обращались педагоги. Но это и время зарождения кинообразования и киновоспитания, впоследствии (с 1973 года) получивших название «медиаобразование»⁴⁹. Это, по мнению А. А. Маченина, «соответствовало изменениям, произошедшим в этой области в связи с бурным развитием телекоммуникационных технологий»⁵⁰.

Так, по распоряжению графа П.И. Игнатьева, возглавлявшего в начале XX века Российское Министерство просвещения, «специалистам радио-, фото-,

⁴⁵Фатеева И.А. Актуальные проблемы медиаобразования. - С 47

⁴⁶Чельшева И.В. Использование мультимедиа в организации досуговой деятельности школьников//Теоретические и практические проблемы социальной педагогики//Отв. ред. Т.Д.Молодцова.– Таганрог: Изд-во Таганрог.гос. пед. ин-та, 2001. С. 206-210.

⁴⁷Федоров А.В., Чельшева И.В., Мурюкина Е.В., Горбаткова О.И., Ковалева М.Е., Князев А.А. Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы / Под ред. А.В. Федорова. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 267 с.

⁴⁸Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог, 2004. С. 38.

⁴⁹Вестник Волжского университета имени В.Н. Твтищева. – 2018. -№ 1. – Т. 1

⁵⁰Маченин А. А. Развитие педагогического потенциала медиаобразования старшекласников в условиях школьного медиацентра: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. М.,2014 с.32

кино-образования и киновоспитания предлагалось создавать кинематографические, фото- и издательские советы для отбора, анализа и обеспечения учебных заведений материалами образовательно-воспитательного характера, создавать киномузеи, библиотеки фотоснимков, диафильмов и диапозитивов, периодической печати, пластинок»⁵¹.

«Второй этап (1917 -1957 гг.) - это период, когда свои приоритеты в образовательном процессе сохраняет пресса. Но он также обусловлен развитием информационных технологий. В эти годы открывались учебные заведения, создавались фильмы, в том числе и учебные, закладывались первые киноархивы»⁵². Так, в 1919 году в Москве «была открыта первая в мире киношкола (в настоящее время это Всероссийский государственный институт кинематографии – ВГИК)»⁵³. Чуть позже, в 1921 году создается Институт детского чтения, основная задача которого заключалась в изучении проблем детских периодических изданий. Затем, к 1924 году, помимо выпуска ряда самостоятельных журнальных детских изданий, начинают создаваться радиопрограммы для детей и подростков⁵⁴.

Этот же «второй период развития медиаобразования, - пишет А.А. Маченин,- предопределил расцвет учебного и образовательно-воспитательного кино. Подобные фильмы снимаются как на профессиональных киностудиях, так и силами детских коллективов, под руководством педагогов фото- и кинокружков. В научной среде активно описывается внеклассная деятельность, организованная с применением кино- фото- материалов и диапозитивов»⁵⁵.

⁵¹ Игнатъев И.П. Граф Игнатъев И.П. о кинематографе // Живой экран .- СПб.,1916 .- №17 .- С. 31.

⁵² Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2018. -№ 1. – Т. 1

⁵³ ВГИК. Официальная информация [Электронный ресурс] URL: <http://www.vgik.info/today/>

⁵⁴ См.: Черкашин Е.А., Шариков А.В. Приобщение учащихся к духовной культуре общества на занятиях курса «Основы медиакультуры» // Гуманитаризация образования: мифология, религия, искусство .- Екатеринбург: ИУУ, 1992. -С. 31

⁵⁵ Маченин А. А. Развитие педагогического потенциала медиаобразования старшеклассников в условиях школьного медиацентра: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. М.,2014. С.43.

«Третий этап (1957-1986 гг.) – период, когда в результате происходящих в обществе перемен медиаобразование все больше становится эстетически ориентированным, что является следствием расширяющихся возможностей создания не только вербального, но и визуального контента»⁵⁶. Этому во многом помогают книга Ю.П. Знаменского «Школьная киностудия», вышедшая в 1962 году, которая «рассказывает об организации в школе детской киностудии, съемке узкоплёночными кинокамерами, обработке, озвучке и монтаже любительских кинофильмов, создание анимационных фильмов»⁵⁷. Вышедший в эти годы сборник «Телевидение в помощь школе» ставит своей целью «познакомить с опытом зарубежных специалистов в области использования телевизионных передач в школьной детской аудитории»⁵⁸.

«Четвертый этап (1986– 1992 гг.) – начался процесс информатизации образовательной сферы, появление телевизионных образовательных каналов, активное использование кино, телевидения и печати в учебном процессе. В 1990-х года переломным моментом становления медиаобразования является открытие «Школьной медиатеки» и Федерации кино клубов России. Впервые публикуются книжные издания, тематика которых напрямую посвящена целям⁵⁹, задачам и методике медиаобразования⁶⁰.

В эти же годы не только педагогическим, но и журналистским научным сообществом активно исследуется образовательная функция журналистики. По

⁵⁶ Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2018. -№ 1. – Т. 1

⁵⁷ Знаменский Ю.П. Школьная киностудия // Школа и производство .-1965 .- № 4 .- С. 55-60.

⁵⁸ Маченин А. А. Развитие педагогического потенциала медиаобразования старшекласников в условиях школьного медиаклуба: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. М.,2014 с.46

⁵⁹ Ястребцева Е.Н. Современная городская школьная медиатека: Модель технического оснащения и возможные формы организации работы. - М.: НИИСОиУК, 1992.

⁶⁰ Ястребцева Е.Н. Информационно-образовательная среда новой школы// Школьная библиотека. - 2000. - № 1. - С.43-45.

этой теме защищаются диссертации, выходят монографические работы, ученые пособия»⁶¹.

«Пятый этап (1992 г. – по настоящее время) - все средства массовой информации активно участвуют в медийно-образовательном процессе, но параллельно идет развитие Интернета, цифровых технологий, что способствует появлению интернет-журналистики, институализирует самостоятельные интернет-издания, создает информационно-коммуникативное пространство, вбиравшее в себя блогосферу и социальные сети. Более того происходит медиатизация всех сфер общественной жизни, и, прежде всего, образовательной сферы, что актуализует потребность в медиаобразовании, формирование цифровой культуры»⁶².

Профессор Е.Л. Вартанова считает, что можно «спорить о степени всеохватности медиатизации, но вряд ли у кого-то возникнут сомнения в ее наличии. В результате этого процесса возникает человек медийный, бытие которого формируется содержанием, производимым в процессе массовой социальной коммуникации. Сегодня человек медийный – не только пассивный потребитель готовых медиапродуктов, но и активный участник процессов их распространения и производства»⁶³.

«Безусловно, это медийного человека надо учить. Поэтому с июня 2002 года в Таганрогском государственном педагогическом институте начинается подготовки кадров по специализации 03.13.30 - медиаобразование. Их первый выпуск состоялся в 2007 году, чем было положено начало появлению новой профессии, объединяющей усилия педагогов и журналистов»⁶⁴.

«В 2000 году А.А. Новиковой - Левицкой была защищена первая в России диссертация, посвященная исследованию опыта зарубежного, в частности, американского медиаобразования. За ней последовали диссертации о медиаобразовании в Германии (Е.И. Худолеева) и Канаде (В.Л.

⁶¹ Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2018. -№ 1. – Т. 1

⁶² Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2018. -№ 1. – Т. 1

⁶³ Вартанова Е.Л. Колонка редактора// МедиаТренды, 2010, 18 июня, № 8 (13).

⁶⁴ Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2018. -№ 1. – Т. 1

Колесниченко)⁶⁵. В 2001-2008 гг. коллектив научной школы «Медиаобразование и медиакомпетентность» под руководством профессора А.В. Федорова (Таганрогский государственный педагогический институт) выпустил ряд монографий, учебных пособий и сборников учебных программ для вузов по медиаобразованию»⁶⁶.

В 2006 году Белгородским государственным университетом была организована первая Международная научно-практическая конференция «Журналистика и медиаобразование в XXI веке», где обсуждались насущные проблемы:

- освоение новых журналистских технологий,

- оптимальное взаимодействие между медиа и аудиторией. Научная общественность отметила, что «отличительной особенностью белгородской конференции, стало обращение к злободневным проблемам российских медиа, а также региональный аспект, когда проводится рассмотрение вопросов журналистики и информационной политики в российской глубинке, а не только столицах, потому что там тоже идет процесс внедрения медиаобразования.

Как интерес провинции к программам медийного образования, так и желание провинциального вуза вынести данную проблему в постоянную повестку дня говорит об укреплении статуса новой синтетической дисциплины, о признании ее полезности как в воспитательных целях, так и для стимуляции самого медийного производства, которое в новых рыночных условиях должно не просто ориентироваться на запросы аудитории, но и развивать и совершенствовать их.

Научная общественность России отметила энтузиазм в становление теории медиаобразования таких преподавателей факультета журналистики БелГУ, как А.П. Короченский, Ю. Пиетилайнен В.А. Смирнова»⁶⁷. Они сделали акцент на освещении проблематики журналистики, «рассматривая ее в тесной

⁶⁵Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Таганрог, 2008. С. 69.

⁶⁶Челышева И.В. Теория и история Российского медиаобразования. – Таганрог, 2006.

⁶⁷Челышева И.В. Теория и история Российского медиаобразования. – Таганрог, 2006.

взаимосвязи с развитием теории и практики медиаобразования⁶⁸», как направления в педагогике и культурно-просветительской деятельности институтов образования и СМИ, нацеленного «на подготовку граждан к сознательному и активному взаимодействию со средствами массовой информации в современном медиатизированном социуме»⁶⁹.

Еще один видный ученый – теоретик масс-медиа проф. СПбГУ С.Г. Корконосенко на Международной научно-практической конференции «Журналистика и медиаобразование в XXI веке» 2007 год высказал мысль о том, что необходимо возвращать в журналистах личность, воспитывать их интеллигентными, интеллектуально развитыми, что произошел опасный крен в сторону рыночного подхода к вопросам духовности. Понижая культуру журналистов, придется вскоре увидеть культурный обвал запросов аудитории, предрек ученый. Также он вывел формулу взаимосвязи журналистики и медиаобразования: «Журналистика + медиаобразование = приобретение грамотной аудитории»⁷⁰. По его мнению, медиаобразование неразрывно связано с журналистикой и, для того чтобы журналистика могла развиваться, чтобы информационные продукты, создаваемые журналистами, были качественными и востребованными в обществе, необходимо готовить специальные двунаправленные программы. На наш взгляд, при полной солидарности с прогнозами упомянутых авторитетных ученых, думаем, что реализация планов по медиаобразованию наиболее вероятна в отношении школьного сектора.

Проблемы медиаобразования систематически рассматривались на страницах научных и профессиональных изданий по журналистике в 2012-2015 гг. Проблемами развития медиаобразования и повышения информационной

⁶⁸ Журналистика и медиаобразование-2007: сб. трудов II Междунар. науч.-практ. конф. (Белгород, 1-3 октября 2007 г.): в 2 т. Т. I / под ред. проф. А.П. Короченского. Белгород: БелГУ, 2007. 300 с.

⁶⁹Чельшева И.В. Теория и история Российского медиаобразования. – Таганрог, 2006.

⁷⁰Журналистика и медиаобразование в XXI веке / под ред. А.П. Короченского. Белгород, 2006. 368 с.

грамотности россиян в начале XXI века заинтересовалась и Общественная палата Российской Федерации. В 2006-2008 гг. эти вопросы не раз рассматривались на ее рабочих заседаниях. В мае 2009 г. на заседании Московской городской думы были приняты рекомендации по внедрению в столичных школах курсов интегрированного и факультативного медиаобразования. В 2006-2008 гг. в России возникали новые организации, поддерживающие и развивающие движение медийного образования: Сибирская Ассоциация медиаобразования (руководитель – И.В. Жилавская), Уральский научно-методический центр медиакультуры и медиаобразования под руководством профессора Н.Б. Кирилловой, Региональный центр медиаобразования (Екатеринбург, директор центра А.Р. Кантор), ставший инициатором издания нового российского журнала «Образование. Медиа. Общество: пространство сотрудничества», который стал регулярно выходить с 2007 года. Набирала авторитет научная школа доктора филологических наук, профессора, декана факультета журналистики Белгородского государственного университета, А.П. Короченского, занятого важным делом исследования соотношения образовательных процессов с медиакритикой и медиаобразованием.

Указанные организации и ассоциации успешно провели международные и российские конференции по медиаобразованию в Томске (2010, 2013, 2014), Белгороде (2012, 2013, 2014, 2015) и Екатеринбурге (2014).

Следует отметить, что в 2006-2008 годах проблемы медиаобразования вызвали большой интерес среди ученых и практиков. Были открыты центры медиаобразования в некоторых городах России, издано свыше 60 монографий и учебных пособий, десятки научных сборников и сотни статей о медиаобразовании, медиаграмотности, медиакомпетентности, разработано около 40 учебных программ для школ и вузов, опубликованы свыше 20 учебных пособий для учебных заведений различного уровня. Также был создан ряд российских сайтов, на которых размещалась информация по проблемам медиаобразования:

- Ассоциация кинообразования и медиапедагогике России;
- Федерация интернет-образования России;
- Агентство ЮНПРЕСС.

1.3. Понятие «медиаобразование»

Анализ приведенных в предыдущих параграфах работ, позволяет констатировать, что, несмотря на множество исследований, посвященных медиаобразованию, единого толкования этого термина до сих пор нет. В литературе, посвященной этой теме, даются различные дефиниции этого понятия. Для наглядности и выбора понятия, которое мы будем использовать в дальнейшей исследовательской работе, проанализированные нами данные понятия «медиаобразование» сведем в одну таблицу 2.

Таблица 2.

Определения сущности понятия «медиаобразование»⁷¹

Автор, название работы	Содержание понятия
Азимов, Э. Г., Щукин, А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). — М.: Изд-во ИКАР - 2009.	<u>«Направление в педагогике,</u> выступающее за <u>изучение</u> учащимися <i>массовой коммуникации</i> . Основные задачи медиаобразования: <i>подготовить учащихся к жизни в современных информационных условиях,</i> к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладеть способами общения на основе невербальных форм коммуникации с

⁷¹Примечание. Курсив в таблице наш. Курсив отражает аналитическую работу по определению исследуемого понятия.

Автор, название работы	Содержание понятия
	помощью технических средств».
Кичева, И.В. Обогащение педагогической терминологии в 90-е годы XX века. - Пятигорск, 2004. - С. 289	<u>«Процесс образования при помощи и на основе средств массовой коммуникации (медиа) и развития творческих, коммуникативных способностей личности, критического мышления, умений интерпретации, анализа, оценки и самостоятельного создания медиатекста».</u>
Менеджмент в управлении школой: краткий словарь терминов и понятий. - Уфа, 2004. - С. 29	<u>«Процесс образования, развития, формирования средств массовой коммуникации».</u> <i>Продолжение Таблицы 2</i>
Медиаобразование. Media Education .- Paris: UNESCO, 1984	<u>«Обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической, автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования медиа как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как, например, математика, физика или география».</u>
Усов, Ю.Н. Виртуальное мышление школьников в приобщении к различным видам искусства //Искусство в школе. - 2000. - № 6. – С. 55.	<u>«Система использования средств массовой коммуникации и информации (печати, радио, кино, телевидения, видео, компьютерной техники, фотографии) в развитии индивидуальности школьника. Сама система развития в отличие от традиционных</u>

Автор, название работы	Содержание понятия
	учебных предметов, накапливающих знания, предполагает в первую очередь <u>практику художественно-творческой деятельности</u> , моделирующую процесс эмоционально-интеллектуального развития школьника, его возможностей».
Федоров, А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. - Ростов: Изд-во ЦВВР, 2001. - С.38.	<u>«Процесс образования и развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники».</u>
Зазнобина, Л.С. Стандарт медиаобразования, интегрированного с различными школьными дисциплинами //Стандарты и мониторинг в образовании. - 1998. - № 3.- С. 32	<u>Подготовка «обучающихся к жизни в информатизированном пространстве путем усиления медиаобразовательной аспектности при изучении различных учебных дисциплин».</u>
Фатеева, И. А. Непрофессиональное медиаобразование и его кадровое обеспечение в России [Электронный	<u>«Все целенаправленные и систематические действия, предназначенные для удовлетворения образовательных потребностей, порождаемых самим существованием средств массовой</u>

Автор, название работы	Содержание понятия
ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/	информации и коммуникации. Организованный и устойчивый процесс коммуникации, порождающий потребность в обучении как производству масс-медиа, так и пользованию ими».
Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л. Цит. по Медиаскоп. – 2008. - №2 http://www.mediascope.ru	«Медиаобразование = <u>защита</u> от СМИ + <u>подготовка к анализу СМИ</u> + <u>понимание</u> с <i>Продолжение Таблицы 2</i> <u>участие</u> в медиакультуре».
Жилавская, И.В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования // Медиаскоп. – 2008. - №2 http://www.mediascope.ru	« <u>Совокупность системных действий</u> субъектов медиаобразовательной деятельности, направленных на <u>формирование личности, обладающей культурой общения со средствами массовой коммуникации</u> на основе гуманистических идеалов и ценностей».
Коханова Л. А. Становление медиаобразования в России как результат взаимодействия педагогического и журналистского научного сообщества // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2018. - № 1. – Том 1. – С.130.	« <i>Медиаобразование связано со всеми видами медиа</i> (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно <u>дает возможность</u> людям <u>понять</u> , как массовая коммуникация используется в их социумах, <u>овладеть</u> способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: • <i>анализировать, критически осмысливать</i> и создавать медиатексты;

Автор, название работы	Содержание понятия
(по Материалам конференции ЮНЕСКО «Education for the Media and the Digital Age» (Вена, 1999)).	<ul style="list-style-type: none"> • определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; • интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; • отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; • получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции»

Приведенный выше анализ работ, касающихся определения понятия «медиаобразование», свидетельствует о неоднозначности его толкования различными авторами. В определениях, предложенных в словарях, энциклопедиях, в справочной литературе, медиаобразование трактуется с педагогической точки зрения. Также мы можем констатировать, что лидерство в научном осмыслении медиаобразования по праву принадлежит педагогам, но достаточно весомый вклад в его исследование внесли и представители научного журналистского сообщества.

Для анализа сущности понятия все совпадающие признаки в определении выделены курсивом, иные отличительные признаки понятий мы выделили подчеркиванием или курсивом с подчеркиванием.

Из приведенных в таблице определений нами выделено несколько отличительных признаков исследуемого понятия:

- медиаобразование реализуется на основе и посредством средств массовой коммуникации;

- медиаобразование направлено на формирование культуры взаимодействия со СМИ, на развитие критического мышления, творческих и коммуникативных способностей личности и подготовку к жизни в информационном обществе;

- медиаобразование направлено на обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники и производства масс-медиа.

Опираясь на проведенный выше анализ, для дальнейшего исследования освещения проблем медиаобразования в научных трудах и профессиональных изданиях нами принято следующее рабочее определение медиаобразование – это процесс развития творческих, коммуникативных способностей личности, критического мышления, умений интерпретации, анализа, оценки и самостоятельного создания медиатекстов с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа).

На основе обобщения теоретических положений, нами были разработаны критерии анализ научных трудов, представленные нами в таблице 3.

Таблица 3

Критерии анализа научных трудов

Модели медиаобразования	
Педагогическая	Журналистская (интерактивная)
<i>Критерии анализа педагогических моделей медиаобразования</i>	
Педагогические медиаобразовательные модели	Образовательно-информационные
	Воспитательно-эстетические
	Развивающего обучения
Методический подход	Интегрированный в предметы общеобразовательного цикла
	Специальный подход, предполагающий изучение медиакультуры в рамках учебных планов, курсов
	Факультативный (в кружках, клубах)
Степень организованности	Формальное (начальное, среднее, высшее, дополнительное)
	Неформальное (курсы, проекты)
	Информальное / внеформальное (самообразование, саморазвитие)

Экономический критерий		Платное
		Бесплатное
Критерии анализа журналистских (интерактивных) моделей медиаобразования		
Направленность	профессиональное	
	массовое	На возрастные группы
		На профессиональные группы
		На социальные страты
Субъект	медиапедагоги	
	Представители СМИ	Профессиональное (организация практик, стажировок)
		Массовое
Адресат	Аудитория СМИ	
Коммуникативная стратегия	Воздействия	
	Взаимодействия	
Формы	Создание информационных продуктов (газеты, журналы, теле-радиопрограммы и т.д.)	
	Мастр-классы, тренинги, конкурсы, фестивали	
	Встречи с читателями, слушателями, зрителями	
Мотивация	Коммерческая (получение дополнительной прибыли)	
	Обеспечение безопасности	
	Социальная	
Результат	Формирование коммуникативной среды на основе сотрудничества с аудиторией	
	Формирование позитивного имиджа СМИ	
	Привлечение аудитории повышение тиражей, прибыли, рейтингов	
Концептуальная основа диссертационного исследования (теория) медиаобразования		
«Идеологическая»	«Формирование убеждения в том, что существующая система массовой коммуникации лучшая, критика «чуждых» медиасистем. Либо формирование желания «сломать» существующую медиасистему».	
«Протекционистская («инъекционная», «защитная», «прививочная»)»	«Смягчение негативного воздействия СМИ, путем указания на факты негативного влияния, анализ примеров вредоносного влияния»	
«Теория медиаобразования как	«Помощь учащимся в извлечении из медиа максимума полезной информации в	

источника «удовлетворения потребностей» аудитории»	соответствиисо своими потребностями. Прагматический подход к медиаинформации. СМИ призваны формировать какие-то нужные навыки».
«Практическая (медиаобразование как «таблица умножения»»	«Изучение технического устройства и использования медиааппаратуры»
«Эстетическая (художественная)»	«Развитие эстетического восприятия медиатекста, вкуса, формирование художественного осмысления художественных компонентов медиа».
«Семиотическая»	«Формирование умения расшифровывать (декодировать) тексты»
«Формирования критического мышления»	«Формирование умения ориентироваться в информационном потоке, а также нейтрализация возможност со стороны <i>Продолжение Таблицы 3</i>
«Культурологическая»	«Ознакомление с ключевыми понятиями, стереотипами, распространяемыми с помощью медиа, выработка оценки и критического, самостоятельного анализа медиатекстов».
«Этическая»	«Формирование этических принципов аудитории посредством медиа.Приобщение аудитории к определенной этической модели поведения. Анализ медиа и медиатекстов осуществляется в контексте рассмотрения художественной и этической составляющей».
«Социокультурная»	«Обучение языку медиа широких слоев общества, организация медиапедагогической деятельности в различных сферах социума».

Исследование освещения проблем медиаобразования в научных трудах мы будем осуществлять по следующему плану:

1. Указать автор, название работы, место и время защиты диссертации на соискание ученой степени по научной специальности 10.01.10 Журналистика.
2. Определить модель медиаобразования и, в зависимости от модели, выбрать критерии для анализа автореферата.
3. Проанализировать текст автореферата в соответствии с критериями.

4. Определить концептуальную основу диссертационного исследования (теория) медиаобразования.

5. Выявить положительные и отрицательные стороны анализируемой модели медиаобразования, предложенной автором диссертационного исследования, определить возможность внедрения результатов исследования в практику.

6. Выявить частоту использования той или иной модели медиаобразования, той или иной теории медиаобразования.

7. На основе проведенной работы подтвердить или опровергнуть выдвинутую нами гипотезу о том, что медиаобразовании на современном этапе доминируют социокультурные и культурологические теории и соответствующие им задачи; продолжается сближение тематики исследований в области медиапедагогики, медиакритики и журналистики, и о том, что количество исследований по научной специальности 10.01.10 Журналистика, так или иначе связанных с проблемами медиаобразования, медиаграмотности и медиакомпетентности, растет.

Исследование освещения проблем медиаобразования в профессиональных изданиях мы будем осуществлять по следующему плану:

1. Провести контент-анализ публикаций в разделе «Журфак» журнала «Журналист за период, аналогичный тому, за который проводим исследование научных работ, т.е. за 2012 – 2018 год.

2. Проанализировать авторский состав раздела «Журфак» (постоянство, география, профессия / квалификация, наличие ученой степени).

3. Проанализировать темы публикаций. Выявить долю каждой темы от общего числа публикаций за год.

4. Провести качественный анализ содержания публикаций по наиболее часто встречающимся темам. Определить тип текста в зависимости от его целевой установки (мифологический, убеждающий, прагматический, гедонистический, смысловывявляющий).

5. На основе проведенного анализа выявить тенденции в освещении медиаобразовательной проблематики на страницах профессиональных периодических изданий

6. Выявить «точки соприкосновения» науки и практики в освещении проблем медиаобразования.

Глава 2. ОСВЕЩЕНИЕ ПРОБЛЕМ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

2.1. Научные исследования в области медиаобразования в России в период 1960 -2008гг.

В первое десятилетие XXI века под научным руководством доктора педагогических наук, профессора А.В Федорова и при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда был реализован проект «Подготовка и создание научной библиотеки «Медиаобразование» <http://edu.of.ru/medialibrary>. Опираясь на полнотекстовое собрание авторефератов диссертаций, собранных на данном сайте, профессор А.В. Федоров в дальнейшем попытался проследить эволюцию взглядов отечественных ученых на медиаобразовательные процессы в период с 1960 по 2008 год. В ходе проведенного сравнительного анализа были выявлены механизмы, породившие наиболее значимые изменения в тематике, моделях, теоретических подходах, задачах медиаобразования. В данном параграфе приведем некоторые результаты науковедческого анализа состояния российских научных исследований в области медиаобразования.

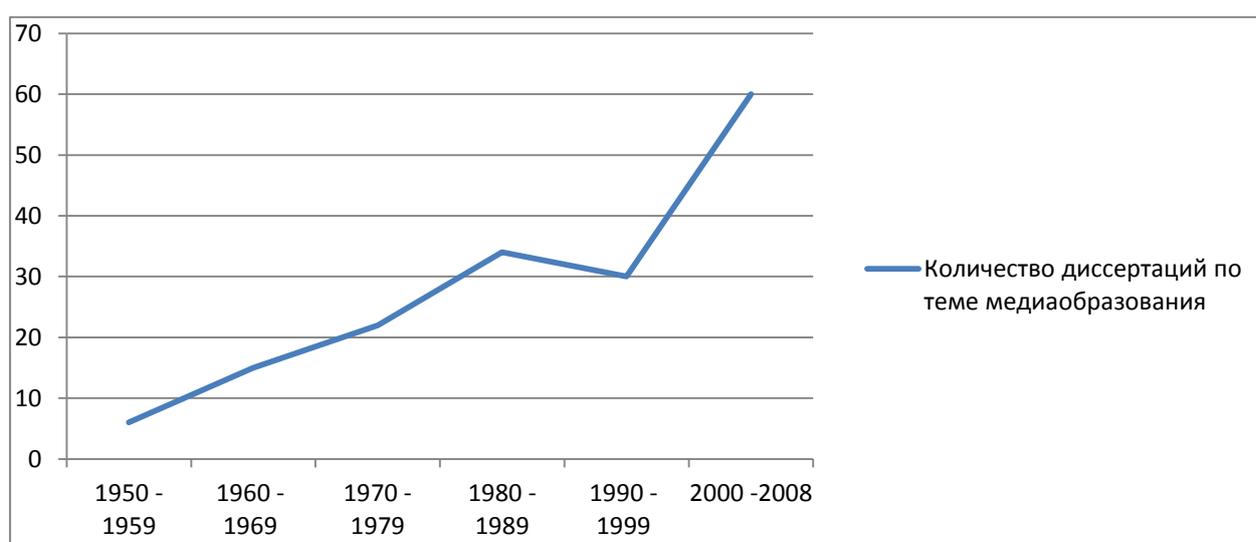


Рис. 1 Динамика защит диссертаций по теме медиаобразования в период с 1950 по 2008 годы.

В ходе организованного профессором А.В. Федоровым исследования было проанализировано 167 диссертаций посвященных тематике медиаобразования и размещенных на сайте электронной научной библиотеки «Медиаобразование». Динамика защиты диссертаций представлена нами на рис. 1.

Как видно из диаграммы, количество диссертационных исследований, посвященных проблеме медиаобразования, постоянно растет. Незначительное падение наблюдалось в 90-е годы прошлого века, но это можно объяснить общим падением количества научных исследований в этот период. Число диссертаций по медиаобразованию в первом десятилетии двухтысячных практически вдвое превысило показатели 90-х годов прошлого века. А.В. Федоров отмечает, что «в число анализируемых авторефератов диссертаций не попали диссертационные исследования посвященные информационной грамотности и культуре, которые, по своей сути, дублируют медиаобразовательные в силу определенной размытости терминологии».

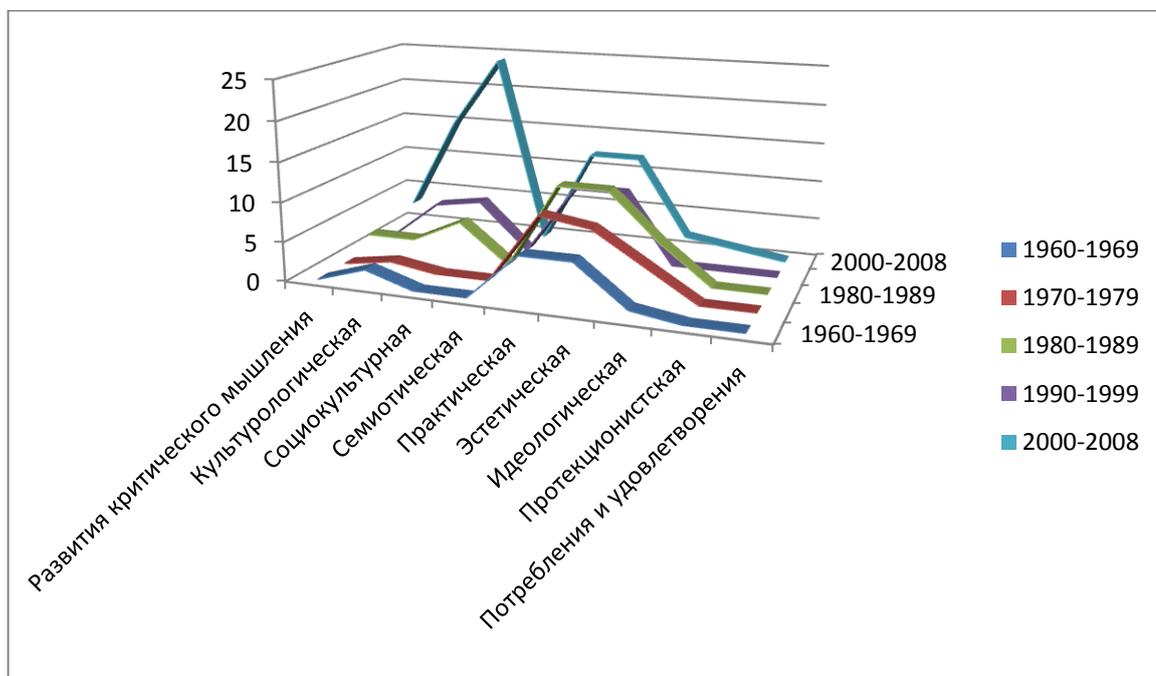


Рис. 2 Теории медиаобразования доминирующие в российских диссертационных исследованиях 1960 – 2008 годов.

В ходе анализа авторефератов исследователями были выявлены доминирующие теории медиаобразования в период 1960-2008 годов. Данные анализа представлены на рис. 2.

Из диаграммы видно, что наибольшей популярностью у исследователя на протяжении полувека пользовались «практическая» и «эстетическая» теории. Напомним, что «практические теории обучения направлены на изучение и применение медиатехники в качестве технических средств обучения или создания медиатекстов в разных жанрах». «Эстетические теории ориентированы на развитие художественного вкуса на основе анализа лучших произведений медиакультуры».

В 2000-2008 годах преобладали «социокультурные» и «культурологические» теории медиаобразования, направленные на развитие творческой личности в плане восприятия, памяти, воображения, мышления по отношению к медиатекстам в различных жанрах. Федоров А.В. связывает это «интенсивным международным обменом научными идеями. В России в этот период увеличилась доля междисциплинарных исследований с социокультурным и культурологическим контекстом».

«Теория развития критического мышления», также как и «идеологическая теория» не пользовались популярностью у диссертантов. Федоров А.В. объясняет этот факт тем, что «развитие критического мышления в советский период не поощрялось властями, а ученые – медиапедагоги стремились уйти от идеологической составляющей, ограничиваясь парой «ритуально –партийных» фраз во введении». «Теория развития критического мышления» доминировала в 3,1% исследований, а «идеологическая теория» как базовая была выделена в 7,4 % исследований.

«Семиотическая теория», призванная помочь обучающимся «правильно читать медиатексты» и «теория «потребления и удовлетворения» не нашли отражения в отечественных медиаисследованиях».

Интерес представляет и проведенный сравнительный анализ степени значимости теорий медиаобразования в российских диссертационных

исследованиях с результатами международного опроса экспертов 2003 года. Результаты сравнительного анализа представлены нами на рис. 3.

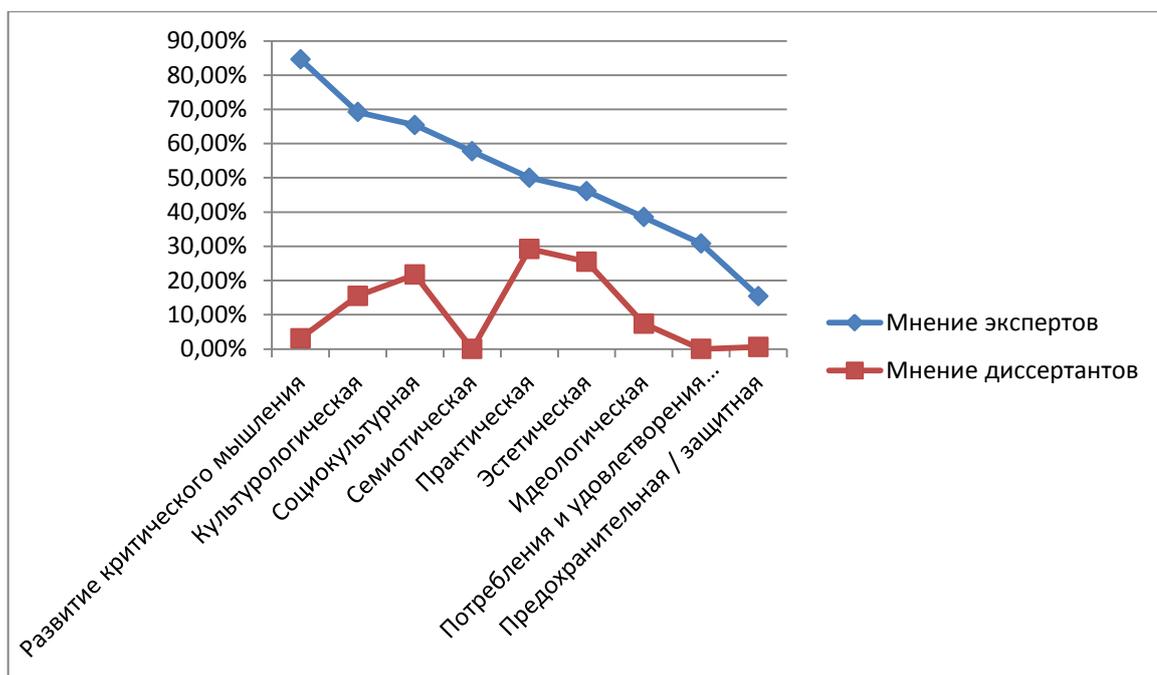


Рис.3. Степень значимости теорий медиаобразования в российских диссертационных исследованиях (1960 – 2008 гг.) с результатами международного опроса экспертов (2003 г.).

Анализ данных диаграммы показывает наличие значительных расхождений между степенью значимости теорий медиаобразования в российских диссертационных исследованиях по сравнению с мнением международных экспертов.

Так эксперты на первое место ставят «теорию развития критического мышления», которая нашла слабое отражение в диссертациях отечественных ученых. Популярные у экспертов «семиотическая теория медиаобразования» и «теория «потребления и удовлетворения потребностей» не вошли в поле зрения диссертантов и не нашли отражения в авторефератах.

Более 38 % международных экспертов назвали «идеологическую теорию медиаобразования» важной и приоритетной, в то время как российские исследователи относились к данной теории с большой осторожностью. В российских исследованиях «практическая» и «эстетическая» теории делят

между собой 1 и 2 место, в то время как международные эксперты отдадут им 5 и 6 место соответственно.

Единство взглядов наблюдается только относительно «предохранительной теории», которая получила минимальную поддержку. Иными словами, защита аудитории от вредного медийного влияния не показалась перспективной ни экспертам, ни российским ученым.

Популярные у экспертов «культурологические» и «социокультурные» теории, по мнению А.В. Федорова, набирают свою популярность и у российских исследователей XXI века.

Аналізу подверглись и задачи медиаобразования. Формулировки задач представлены нами в таблице 4.

Таблица 4

Задачи медиаобразования в диссертационных исследованиях

№ задачи	Наименование задачи
Задача 1	«Развивать способности к критическому мышлению»
Задача 2	«Развивать способности к восприятию, оценке, пониманию, анализу медиатекстов»
Задача 3	«Готовить людей к жизни в демократическом обществе»
Задача 4	«Развивать знания социальных, культурных, политических, этических, психологических, экономических смыслов и подтекстов медиатекстов»
Задача 5	«Обучать декодированию медиатекстов»
Задача 6	«Развивать коммуникативные способности»
Задача 7	«Развивать способности к эстетическому восприятию, оценке, пониманию медиатекстов, к оценке эстетических качеств медиатекстов»
Задача 8	«Обучать человека самовыражаться с помощью медиа»
Задача 9	«Обучать человека экспериментировать с различными способами технического использования медиа, создавать

№ задачи	Наименование задачи
	«медiateксты»
Задача 10	«Давать знания по теории медиа, медиакультуры, медиаобразования»
Задача 11	«Давать знания по истории медиа, медиакультуры, медиаобразования»

Результаты анализа задач представлены на диаграмме

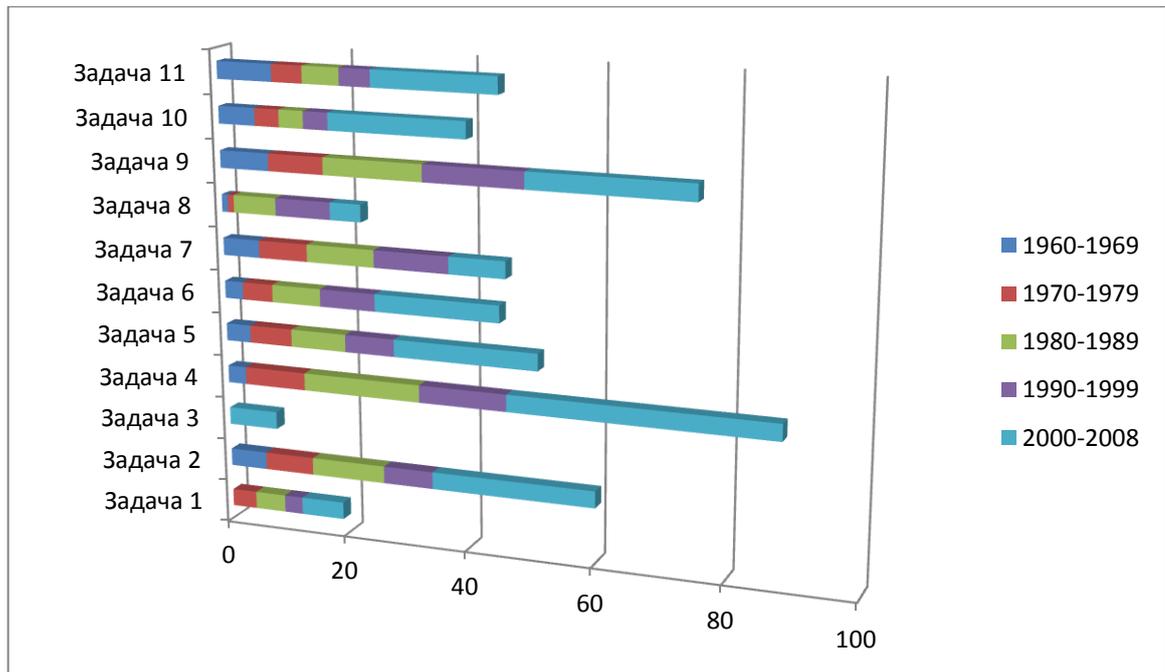


Рис. 4 Задачи медиаобразования, доминирующие в диссертационных исследованиях 1960 – 2008 годов

По мнению А.В. Федорова в период с 1960 по 2008 год в диссертационных исследованиях по медиаобразованию лидировала задача «развития знаний социальных, культурных, политических, этических, психологических, экономических смыслов и подтекстов медiateкстов» – более 54 % всех работ. Задача «обучения человека экспериментировать с различными способами технического использования медиа, создавать медiateксты» заняла почетное второе место в рейтинге (46,6 %). Завершает тройку лидеров задача «развития способности к восприятию, оценке, пониманию, анализу

медiateкстов» (37,2 %). В числе аутсайдеров оказались такие задачи как «развитие критического мышления» (11,8 %) и «подготовка людей к жизни в демократическом обществе» (4,9 %). Рейтинг доминирующих задач медиаобразования в российских диссертационных исследованиях 1960-2008 годов представлен нами на рис.4., перечень задач медиаобразования приведен в Таблице 1. Отметим, что в каждом исследовании выделялось несколько доминирующих задач.

В заключении отметим, что анализировались и другие количественные и качественные данные диссертационных исследований 1960 – 2008 годов: это и медийный материал, используемый в российских диссертационных исследованиях, и тип медиаобразования (автономный или интегративный), и эмпирическая база исследований, и медийная аудитория, и др. Были выделены перспективные тенденции развития российского медиаобразования. Авторы исследования предположили, что в медиаобразовании будут доминировать социокультурные и культурологические теории и соответствующие им задачи, продолжится сближение тематики исследований в области медиапедагогики, медиакритики и журналистики, количество исследований так или иначе связанных с проблемами медиаобразования, медиаграмотности и медиакомпетентности будет неуклонно расти.

Со времени опубликования результатов исследования прошло 10 лет и нам показалось интересным проверить оправдались ли данные прогнозы. В данном параграфе мы не ставили своей целью дать подробную характеристику проведенному А.В. Федоровым исследованию, а остановились лишь на тех аспектах, которые послужили основой для разработки программы изучения состояния российских научных исследований в области медиаобразования в период с 2012 -2018 годы. Анализ результатов проведенного нами исследования представлен в следующих параграфах.

2.2. Анализ результатов исследования освещения проблем медиаобразования в научных трудах

Эмпирическую базу исследования составили авторефераты диссертаций на соискание ученых степеней, размещенные на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Министерстве образования и науки Российской Федерации <http://vak.ed.gov.ru> по научной специальности 10.01.10 Журналистика за период с марта 2012 года по апрель 2018 года в разделе «Объявления о защите диссертаций». Всего на сайте размещено 473 автореферата по данной научной специальности. В генеральную совокупность не входят авторефераты размещенные в разделах «Объявления о защитах МГУ» и «Объявления о защитах в рамках самостоятельного присуждения ученых степеней». Динамика защит диссертаций представлена нами на рис. 5.



Рис. 5 Динамика защит диссертаций по научной специальности 10.01.10 Журналистика в период с 2012 по апрель 2018 года

Как видно из диаграммы максимальное количество представленных на защиту диссертаций по научной специальности 10.01.10 «Журналистика» приходится на 2013 год (117 работ). Из них только в одной, и то весьма условно, затрагиваются проблемы медиаобразования. Это исследование Вахрушева Александра Алексеевича, выполненное на соискание ученой степени доктора филологических наук на тему «Просветительская миссия печати и литературы в провинциальной России (на материале Вятской губернии XVII– начала XX веков)». Основное внимание в данной работе уделено исследованию особенностей и закономерностей местной провинциальной дореволюционной журналистики и литературы Вятской губернии. Для нашего исследования были выделены лишь те аспекты журналистского творческого процесса, описанного А.А. Вахрушевым, которые связаны с просветительским движением.

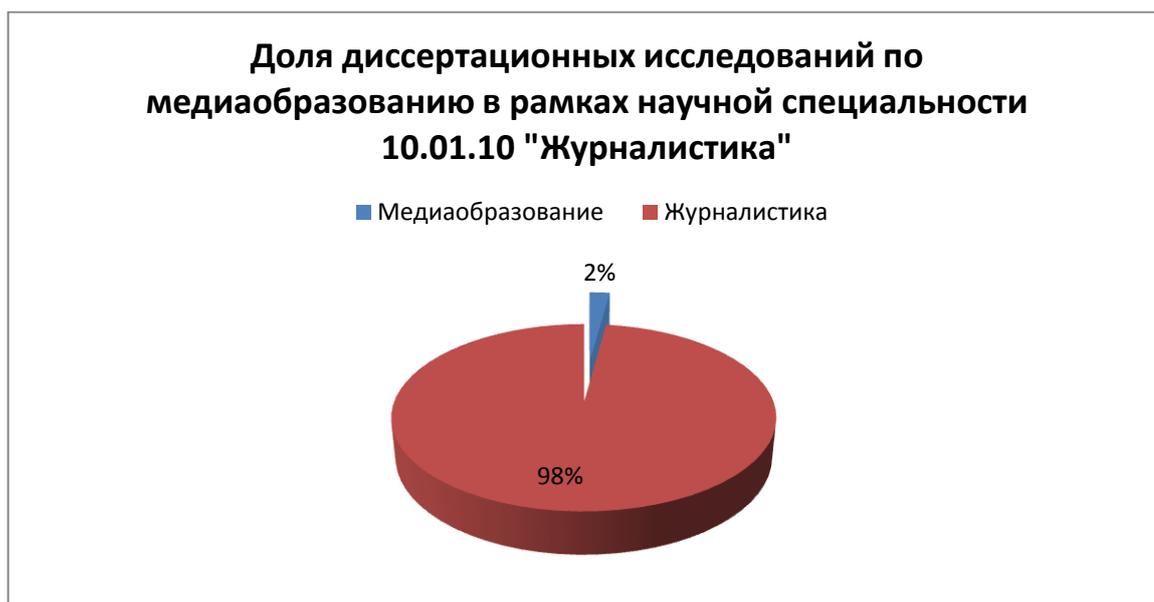


Рис. 6 Доля диссертационных исследований по медиаобразованию

Из диаграммы также видно, что медиаобразование рассматривалось исследователями в 2013, 2014, 2015 и 2017 годах. 40% диссертаций по медиаобразованию представлено на защиту в 2015 году. Однако доля диссертационных исследований, посвященных проблемам медиаобразования составила 2% от общего числа диссертаций по научной специальности 10.01.10 «Журналистика».

В ходе контент-анализа формулировок тем диссертационных исследований нами было отобрано 9 авторефератов, в которых, так или иначе, затрагивались просветительская функция СМИ, идеи медиаобразования и медиакультуры, деятельность молодежных и детских СМИ, деятельность образовательных учреждений в медиaprостранстве.

Результат контент-анализа представлен нами в Таблице 5.

Таблица 5.

Тематика диссертационных исследований, выполненных по научной специальности 10.01.10 «Журналистика» в период 2012 – 2018 годы

Ф.И.О. соискателя ученой степени	Тема диссертационного исследования	Город / год защиты
Вахрушев Александр Алексеевич	«Просветительская миссия печати и литературы в провинциальной России (на материале Вятской губернии XVII–начала XX веков)»	Санкт-Петербург, 2013
Бондаренко Ольга Александровна	«Отражение и формирование ценностей в молодежной печати (на примере изданий Краснодарского края, Ростовской области, Республики Адыгея)»	Москва, 2014
Лебедева Светлана Викторовна	«Школьные издания как фактор развития медиаобразования в современной России»	Екатеринбург, 2014
Мальцева Юлия Александровна	«Медиаобразовательная деятельность медиапредприятий Германии (на примере Вещательных компаний)»	Челябинск, 2015
Косолапова Диана Игоревна	«Ювенильная журналистика в России. Исторические и функциональные особенности»	Екатеринбург, 2015
Бабаева	«Роль СМИ республики Таджикистан в	Душанбе,

Ф.И.О. соискателя ученой степени	Тема диссертационного исследования	Город / год защиты
Фарзона Бахруловна	правовом просвещении граждан»	2015
Татаренкова Диана Сергеевна	«Средства массовой информации как фактор социальной реабилитации осужденных»	Екатеринбург, 2015
Тяжлов Ян Игоревич	«Медиапросветительский потенциал кинокритики в современных российских средствах массовой коммуникации»	Воронеж, 2017
Гуреева Анна Николаевна	«Медиакоммуникационная деятельность российских вузов в интернет- пространстве»	Москва, 2017

Проведенный контент-анализ авторефератов диссертаций на соискание ученых степеней доктора филологических наук, кандидата филологических наук, размещенных на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Министерстве образования и науки Российской Федерации <http://vak.ed.gov.ru> по научной специальности 10.01.10 Журналистика за период с марта 2012 года по апрель 2018 года в разделе «Объявления о защите диссертаций» показал, что наша гипотеза о том, что число диссертационных исследований по медиаобразованию будет неуклонно расти – не подтвердилась.

Далее проведем анализ содержания отобранных нами для исследования авторефератов, выделим ведущие теории и задачи медиаобразования.

В исследовании Вахрушева Александра Алексеевича «Просветительская миссия печати и литературы в провинциальной России (на материале Вятской губернии XVII – начала XX веков» проведен системный анализ провинциальной периодической печати. Для нашего исследования интерес представляет третья глава диссертации «Периодическая печать и литературный процесс как новая база просветительской деятельности в провинции (XIX – нач. XX вв.)».

С большой долей условности мы можем говорить о том, что в исследовании Вахрушева А.А. представлена журналистская (интерактивная) модель медиаобразования. По направленности – массовое медиаобразование. Субъектами медиаобразовательной деятельности являются первая официальная газета «Вятские губернские ведомости», выходившая 79 лет (1838 – 1917 гг.) и журнал местной духовной консистории «Вятские епархиальные ведомости»(1863 – 1918гг.).

Вахрушев А.А. отмечает, что «Вятские губернские ведомости» давали отклики, рецензии на спектакли, концерты края, на театральные представления и вечера, печатали материалы устного народного творчества, местного фольклора, вели хронику событий литературной жизни. Такие публикации, по мнению исследователя, оживляли содержание газеты и активизировали творческие силы провинции. Поскольку деятельность «Вятских губернских ведомостей» была направлена на развитие эстетического восприятия, вкуса, на формирование художественного осмысления художественных компонентов текста, мы можем констатировать, что концептуальной основой медиаобразования, в данном случае, является эстетическая (художественная) теория.

«Епархиальные ведомости», по мнению Вахрушева А.А., сыграли важную роль в нравственной жизни общества. В духовно-литературном разделе журнала публиковались нравоучительные беседы, духовные слова, речи и наставления, статьи об истории христианства, общеобразовательного и историко-этнографического направления. Журнал доносил до читателя традиционные ценности православия. Концептуальной основой медиаобразования в данном случае является этическая теория.

Исследование Вахрушева А.А. вносит определенный вклад в осмысление истории медиаобразовательной деятельности СМИ.

Исследование Бондаренко Ольги Александровны «Отражение и формирование ценностей в молодежной печати (на примере изданий

Краснодарского края, Ростовской области, Республики Адыгея)»⁷² мы можем одновременно отнести и к педагогической модели медиаобразования и к журналистской.

Концептуальной основой исследования являются «этическая теория» (автором рассматривается формирование и сбережение традиционных ценностей средствами массовой информации, в том числе молодежными региональными СМИ), «протекционистская «защитная» теория» (автор анализирует «освещение региональной молодежной печатью ценностных ориентиров, негативно воздействующих на формирование норм и установок молодежи», а также «негативные тенденции развития духовной культуры российского общества», которые «пагубно отражаются на молодом поколении»). Исследование текстов печатных молодежных изданий, проведенное Бондаренко О.А., позволило ей сделать вывод о том, в молодежных СМИ наблюдается пренебрежительное отношение к лексике, использование неоправданно огромного количества иностранных заимствований, жаргонизмов, элементов сниженной лексики, разговорный стиль и т.п.), и «теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории» (автор убеждена в том, что «при редакциях СМИ обязательно должны создаваться юнкорские школы, которые будут готовить журналистские кадры, пишущие на молодежные темы». Также обращает внимание на то, что» молодежные СМИ дают информацию о том, как правильно говорить, где ставить ударение, публикуют стихи классиков». Иными словами, СМИ удовлетворяют потребность аудитории в полезной информации).

Бондаренко О.А. использует воспитательно–эстетическую педагогическую медиаобразовательную модель, т.е. в рамках медиаобразования она предлагает обсуждение моральных, философских проблем и формирование медиакультуры. Методический подход – специальный, т.е. предполагающий

⁷²URL: <http://ipk.ru>

формирование медиакультуры в рамках специально созданных юнкорских школ. По степени организованности выбирается неформальное образование. Исследовательница предлагает «в региональных отделениях Союза журналистов России создать молодежные секции СМИ, краевую (областную) ассоциацию юнкорского движения», которая бы «курировала деятельность юных корреспондентов», а при редакциях городских и районных газет «организовать молодежные и юнкорские школы». Формами медиаобразования, по ее мнению, являются слеты и фестивали для юнкоров, конкурсы на лучшее федеральное, региональное молодежное издание.

По мнению Бондаренко О.А., целесообразно координировать действия молодежной прессы на федеральном и региональном уровнях. Эту работу она предлагает «возложить на Федеральное агентство по делам молодежи и комитеты по делам молодежи». При Союзе журналистов России и его региональных отделениях предлагает «создать секции молодежных СМИ, которые могли бы координировать, давать рекомендации и советы по организации деятельности журналистской учебы».

Бондаренко О.А. создала в рамках своего исследования модель медиаобразования, охватывающую и федеральный, и региональный, и муниципальный уровни, но технологии внедрения данной модели в работе нет. Предполагаем, что данное исследование не найдет своего воплощения на практике.

В исследовании Лебедевой Светланы Викторовны «Школьные издания как фактор развития медиаобразования в современной России»⁷³ медиаобразование рассматривается как процесс социализации и воспитания активной гражданской позиции личности на основе владения навыками работы с информацией в медийном пространстве. Здесь явно преобладает педагогическая модель медиаобразования.

⁷³URL: <http://lib.urfu.ru>

Концептуальной основой своего исследования Лебедева С.В. называет комплексный подход, сочетающий элементы всех теорий медиаобразования. По ее мнению, медиаобразование должно дать знания о медиасредствах, сформировать умения анализировать, оценивать и создавать медиатексты в различных формах и жанрах.

Педагогические медиаобразовательные модели, реализуемые Лебедевой С.В., - это образовательно-информационные и развивающие, т.е. предполагающие изучение теории и практики СМИ, направленные на развитие творчества, воображения, мышления.

В качестве методического подхода выбран специальный, т.е. медиаобразование реализуется в рамках специальных курсов, программ. Ведущей педагогической технологией, по мнению Лебедевой С.В., является проектная, неотъемлемая часть которой - выпуск собственного издания (печатного или электронного). Результатом медиаобразования являются знания по теории и структуре медиа, по основам журналистских жанров? способности к восприятию медиатекстов, практические навыки и умения создания собственных публикаций, развитое креативное мышление. Индивидуальные личностные результаты реализации медиапроектов в конечном счете окажут влияние на развитие информационной культуры молодежи, на формирование гражданского общества, а также будут востребованы профессиональным журналистским сообществом.

Присутствует в исследовании Лебедевой С.В. и элементы журналистской (интерактивной) модели медиаобразования. Рассматривая школьные газеты и журналы, она отмечает, что их медиаобразовательная функция становится все более выраженной, за исключением «имиджевых» школьных изданий.

Результаты исследования Лебедевой С.В. могут широко использоваться в практике образовательных учреждений, но эффективность работы будет зависеть от компетентности медиапедагогов, от их профессиональной подготовки, уровня их мотивации.

В исследовании Мальцевой Юлии Александровны «Медиаобразовательная деятельность медиапредприятий Германии (на примере Вещательных компаний)» дается системный анализ журналистской модели медиаобразования.

Цель медиаобразования, и, соответственно, предполагаемый результат - это обеспечение благоприятных условий для существования качественных СМИ: «население, прошедшее через «медиаработку», усваивает стандарты функционирования социально ответственных медиа, привыкает потреблять их медиaproдукцию, и предъявляет соответствующие требования к медиaproвайдерам»⁷⁴.

По направленности – массовое медиаобразование, ориентированное, в первую очередь, на детскую и молодежную аудиторию.

Субъекты медиаобразования, рассматриваемые в анализируемом нами диссертационном исследовании, – это телерадиовещательных компаний Германии. Мальцева Ю.А. отмечает, что «наибольшую медиапедагогическую активность проявляют те медиапредприятия Германии, которые относятся к типологическим группам вещательных компаний либо отсутствующим в России (Открытые каналы как форма гражданских вещательных медиа), либо не получившим в России должного развития (общественное телевидение)»⁷⁵. Однако это не помешало автору сформулировать рекомендации для российских теле- и радиокomпаний по обеспечению медиабезопасности детей и подростков опираясь на успешный опыт системной работы СМИ, медиапедагогов, медиаисследователей, общественных организаций, в сфере обеспечения медиабезопасности детской и молодежной аудитории Германии. Ведущая теория медиаобразования в данном исследовании – это теория развития критического мышления.

Коммуникативная стратегия, описанная в исследовании – взаимодействие СМИ - общественные институты - аудитория.

⁷⁴URL: <http://doc2all.ru>

⁷⁵URL: <http://doc2all.ru>

Мотивация – социальная и обеспечения безопасности.

Результаты проведенного Мальцевой Ю.А. комплексного анализа уникального опыта реализации медиаобразовательных проектов силами теле- и радиостанций Германии разных типов значительно обогащают такое направления научных исследований, как теория и история медиаобразования зарубежных стран.

В исследовании Татаренковой Дианы Сергеевны «Средства массовой информации как фактор социальной реабилитации осужденных» рассматривается журналистская (интерактивная) модель медиаобразования.

По направленности эта модель массовая, ориентированная на определенную страту общества, а именно на людей, отбывающих наказание в пенитенциарных учреждениях.

Субъектами медиаобразования являются средства массовой информации. Татаренкова Д.С., в ходе исследования приходит к выводу о том, что в России необходимо создать СМИ для осужденных, которое будет учреждено независимой организацией, а не ФСИН или бывшими осужденными.

Адресат – осужденные и отбывшие наказание, освобождающиеся из под стражи.

Коммуникативная стратегия – воздействие на осужденных с целью их реабилитации. Хотя, на наш взгляд, уместнее было бы использовать термин ресоциализация, т.е. возвращение в социальную среду.

Формы работы – это создание материалов, которые дают примеры того, как вести себя в той или иной ситуации, как решить проблемы, формируют социальные ценности, выполняют предупредительно-профилактическую роль, знакомят с правилами режима, предостерегают осужденных от возможных нарушений, раскрывают преимущества социально приемлемого поведения и здорового образа жизни и т.п. Татаренкова Д.С. приводит весьма обширный перечень тематики, который может освещаться пенитенциарным СМИ.

Мотивация медиаобразовательной деятельности – обеспечение безопасности общества и социальная.

Результат медиаобразования – ресоциализация осужденных, возвращение их к жизни в обществе.

Ведущая теория – это «теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей» аудитории»⁷⁶. В данном случае – это удовлетворение потребности аудитории в информации о том, как трудоустроиться во время отбывания наказания и после освобождения, какую специальность можно приобрести в исправительном учреждении, о реабилитационных центрах и т.п.

Идеи, которые высказала Татаренкова Д.С. в своем исследовании, реальны, обоснованы, могут быть реализованы. В качестве заказчика реализации данного медиаобразовательного проекта могли бы выступить государственные структуры.

В исследовании Косолаповой Дианы Игоревны «Ювенильная журналистика в России. Исторические и функциональные особенности» в научный оборот вводится новый термин «ювенильная журналистика». Этим термином исследовательница обозначила «коммуникативную и социально-адаптивную деятельность детей и подростков по сбору, переработке и передаче лично окрашенной информации, выражающуюся в создании разнообразных медиапродуктов: как печатных (семейных, школьных или территориальных газет и журналов), так и электронных (детских теле- и радиопередач, интернет-изданий)». В данном исследовании мы также имеем дело с журналистской моделью медиаобразования.

По направленности – это массовое медиаобразование, ориентированное на детей и подростков.

Субъектом и, одновременно адресатом являются дети и подростки. По мнению Косолаповой Д.И., «включение школьников в медиaprостранство в позиции его создателя открывает им возможности для проявления инициативы в деятельности, в общении, способствует ценностно-смысловому

⁷⁶URL: <http://psyfactor.org>

самоопределению и самореализации, что отвечает возрастным потребностям подростков»⁷⁷.

Реализуемая коммуникативная стратегия – взаимодействие.

Форма реализации медиаобразования – создание информационных продуктов (газеты, журналы, теле-радиопрограммы и т.д.).

Косолапова Д.И. разделила ювенильные медиа на пять видов по их основным функциям⁷⁸:

«медиапродукты неформальных сообществ, юнкоровских объединений на базе учебных заведений, дополнительного образования, взрослых СМИ выполняют образовательную и просветительскую функцию», что соответствует семиотической и культурологической теориям медиаобразования. Литературные и художественные журналы в учебных заведениях, семейные издания реализуют творческую функцию, что соответствует эстетической (художественной) теории медиаобразования.

«Нелегальные и полуправильные ювенильные медиа в учебных заведениях, как площадка для выражения альтернативного мнения выполняют коммуникативную функцию», что соответствует идеологической теории медиаобразования.

«Ювенильные медиа, коммуникаторами которых формально являются дети и подростки, действующие при этом не как самостоятельные субъекты, а по указанию взрослых, определяющих содержание и идейное наполнение выполняют информационную и пропагандистскую функцию». В основе – этическая и социокультурная теории.

«Медиапродукты, издаваемые неформальными детскими и подростковыми группами как попытка освоения социальных ролей, попытка прикоснуться к взрослой жизни выполняют игровую функцию». Здесь реализуется практическая теория медиаобразования.

⁷⁷URL: <http://lib.urfu.ru>

⁷⁸URL: <http://lib.urfu.ru>

В исследовании Бабаевой Фарзоны Бахруловны «Роль СМИ республики Таджикистан в правовом просвещении граждан» использована журналистская модель медиаобразования.

По направленности – это массовое медиаобразование, ориентированное на широкую аудиторию.

Субъектом медиаобразования являются СМИ, распространяющие правовые знания. Автор приводит ряд аргументов в подтверждение тезиса о ведущей роли СМИ в правовом просвещении населения.

Коммуникативная стратегия – воздействие на аудиторию, пропаганда правовых знаний.

В качестве форм медиаобразования предлагается использование различных рубрик, тематических бесед, репортажей и т.п.

Результатом медиаобразовательной деятельности провозглашается искоренение правового нигилизма и идеализма, разрушение сложившихся стереотипов и повышение уровня правовой культуры.

В теме исследования Тяжлова Яна Игоревича «Медиапросветительский потенциал кинокритики в современных российских средствах массовой коммуникации» мы видим явное указание на журналистскую теорию медиаобразования. В исследовании выявляются и описываются медиапросветительские возможности кинокритики, сопряженные с развитием медиакомпетентности аудитории.

Тяжлов Я.И. проводит четкую грань между понятиями «медиапросвещение» и «медиаобразование», «медиакритика», «кинокритика». Медиапросвещение, по мнению исследователя, являясь частью неформального случайного и несистемного обучения и неформального образования объединяет в себе как общепросветительские задачи, а также задачи медиаобразования и медиакритики. Не смотря на то, что исследователь не отождествляет свое исследование с медиаобразованием, проведем его анализ в соответствии с разработанной нами методикой.

По направленности медиапросвещение является массовым, информальным, т.е. случайным, несистемным.

Субъектом являются средства массовой коммуникации, адресатом – массовая аудитория.

Коммуникативная стратегия кинокритики интеракцию между аудиторией и киноиндустрией.

Ведущими теориями медиаобразования в данном исследовании являются семиотическая и эстетическая (художественная).

Результатом медиапросветительской деятельности будет медиакомпетентность, которая определяется Тяжловым Я.И. как «совокупность мотивов, знаний, умений, способствующих отбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, а также анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме».

В исследовании Гуреевой Анны Николаевны «Медиакоммуникационная деятельность российских вузов в интернет-пространстве» для нас интерес представляет лишь один параграф «Российское медиаполе научно-образовательных коммуникаций», который посвящен анализу внешних интернет-площадок, которые может использовать российский вуз в своей медиакоммуникационной практике.

В данном случае мы также имеем дело с журналистской теорией медиаобразования.

Субъектом являются научно-популярные СМИ и медиа, которые имеют разделы о науке и образовании (автор исследования выделила более 50 наименований).

Адресатом – аудитория научно-популярных СМИ, абитуриенты, студенты вузов, ученые.

Форма медиаобразования- создание медиапродукта.

Мотивация преобладает коммерческая, направленная на продвижение учебных заведений.

Результатом является формирование положительного имиджа корпоративного СМИ, продвижение вуза, привлечение аудитории.

Гусева А.Н. отмечая рост количества наименований научно-популярных СМИ, а также качества медиаконтента научно-образовательной тематики, делает вывод о подъеме научной журналистики в России на современном этапе.

«Теория медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей аудитории» более всего коррелирует с медиаобразовательными идеями Гусевой А.Н.

Подведем итог проведенного нами анализа авторефератов диссертационных исследований, выполненных по научной специальности 10.01.10 «Журналистика» в период 2012 – 2018 годы по медиаобразовательной тематике.

Если допустить, что все проанализированные нами работы имеют непосредственное отношение к проблемам медиаобразования, то результат использования педагогических и журналистских теорий в диссертационных исследованиях выглядел бы следующим образом:



Рис.7. Соотношение журналистской и педагогической моделей медиаобразования, представленные в диссертационных исследованиях

Однако, из девяти проанализированных нами работ только вчетырех рассматриваются проблемы медиаобразования (исследование Бондаренко Ольги Александровны, Лебедевой Светланы Викторовны, Мальцевой Юлии Александровны, Косолаповой Дианы Игоревны), причем в двух использована педагогическая модель медиаобразования (исследования Бондаренко Ольги Александровны и Лебедевой Светланы Викторовны). В трех работах СМИ рассматриваются как средства достижения целей не связанных с достижение медиакомпетентности личности (исследования Бабаевой Фарзоны Бахрулоевны, Татаренковой Диана Сергеевны, Гуреевой Анны Николаевны), поэтому мы не можем их в полной мере рассматривать как исследования в области медиаобразования. В двух исследованиях рассматривается просветительская функция СМИ (исследование Вахрушева Александра Алексеевича и Тяжлова Яна Игоревича). Таким образом, доля исследований по научной специальности 10.01.10 Журналистика, посвященных проблемам медиаобразования составила менее 1%.

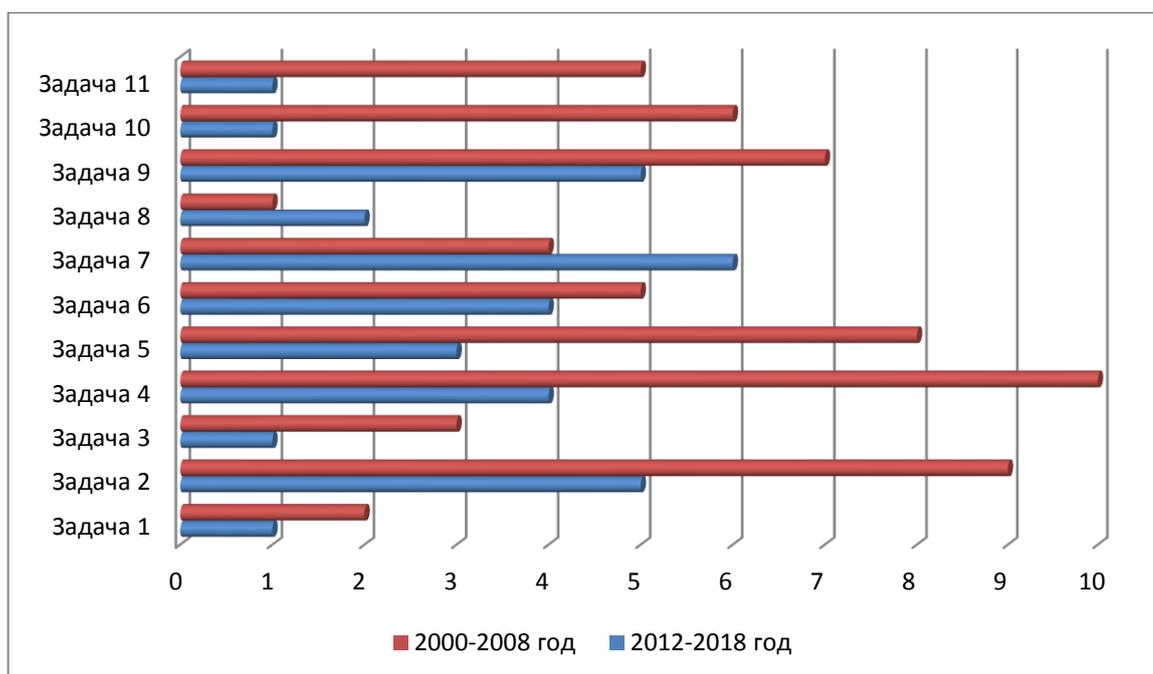


Рис. 8. Сравнительный анализ задач медиаобразования

Далее проанализируем изменились ли задачи, которые решаются посредством медиаобразования по сравнению с началом двухтысячных годов,

на которые пришелся пик количества исследований проблем медиаобразования. Из диаграммы видно, что «задачи развития знаний социальных, культурных, политических, этических, психологических, экономических смыслов и подтекстов медиатекстов» и «обучения экспериментированию с различными способами технического использования медиа», «созданию медиатекстов» не теряют своей актуальности. Как и десять лет назад они преобладают в диссертационных исследованиях. Задача развития критического мышления так и не набрала популярность у исследователей.

В заключении выделим ведущую теорию медиаобразования на современном этапе



Рис. 9. Теории медиаобразования, как концептуальная основа диссертационных исследований в период 2012 – 2018 гг.

Из диаграммы видно, что с небольшим перевесом лидирует теория «удовлетворения потребностей» аудитории, однако ее нельзя назвать ведущей.

Таким образом, гипотеза о том, что в медиаобразовании доминирующие позиции займут социокультурные и культурологические теории и соответствующие им задачи, не нашла своего подтверждения.

Не выявили мы и сближения тематики исследований в области медиапедагогики, медиакритики и журналистики. Медиакритике посвящено только одно исследование.

Далее нам необходимо выяснить, нашли ли отражение положения научных исследований на практике и, прежде всего, в профессиональных изданиях. Анализ освещения проблем медиаобразования в журнале «Журналист» представлен нами в следующем параграфе.

2.3. Анализ результатов исследования освещения проблемы медиаобразования в журнале «Журналист» на современном этапе

Исторически сложилось, что в каждой стране существует некое профессиональное объединение журналистов, основной целью которого является защита прав и интересов своих членов.

В России таковой является профессиональная независимая общественная организация работников средств массовой информации – Союз журналистов России, дата основания которого 13 ноября 1918 года.

Сегодня Союз журналистов России - один из крупнейших в Европе. Он объединяет около 100 тысяч человек. Его членами являются 85 региональных организаций, а также более 40 творческих ассоциаций, гильдий и объединений. Целями и задачами Союза журналистов России являются⁷⁹:

- защита прав и свобод журналистов, их экономических, профессиональных и творческих интересов, чести и достоинства;

⁷⁹Союз журналистов России. Совет Европы [Электронный ресурс]
URLhttp://www.ruj.ru/international/euu/soviet_eu_3.html

- содействие утверждению и реализации свободы массовой информации, укреплению правовой базы деятельности всех сторон информационного процесса;
- формирование культуры честной и свободной журналистики, поддержка плюрализма и независимости средств массовой информации;
- развитие системы журналистского образования и повышение профессионального уровня российской журналистики⁸⁰.

Союз журналистов России активно взаимодействуют с Международной Федерацией Журналистов (МФЖ) и Европейской Федерацией Журналистов

⁸⁰ Устав Союза журналистов, последняя редакция которого была утверждена III Съездом Союза журналистов России 7 июня 1993 г., предусматривает, что целями и задачами СЖР являются:

- содействие профессиональной творческой деятельности российских журналистов;
- содействие утверждению и реализации свободы массовой информации, укреплению гарантий права граждан на оперативное получение всесторонней и достоверной информации по каналам электронной и печатной прессы;
- содействие распространению средствами массовой информации идеалов толерантности, демократии, уважения прав человека в контексте предотвращения опасностей, связанных с предрассудками и дискриминацией, ксенофобией, экстремизмом и терроризмом;
- участие в создании необходимых условий функционирования средств массовой информации Российской Федерации, укрепления и развития материально-финансовой базы, обеспечения их профессионально-творческой независимости;
- формирование культуры честной и свободной журналистики, базирующейся на общепризнанных принципах профессионального поведения и этики;
- поддержка независимости и плюрализма средств массовой информации; противодействие любым попыткам установления прямой или косвенной цензуры;
- защита прав и свобод журналистов, их экономических и профессионально-творческих интересов, авторских и смежных прав, чести, достоинства и деловой репутации;
- сотрудничество с профессиональными союзами, объединяющими журналистов, в целях содействия росту материального благосостояния и социального обеспечения, улучшению условий труда, быта и отдыха работников средств массовой информации, забота о ветеранах журналистики;
- развитие системы журналистского образования и повышения профессионально-творческого уровня российских журналистов;
- привлечение внимания общества к положению дел в средствах массовой информации, укрепление общественного доверия к печатной и электронной прессе, повышение социальной роли журналистов и журналистики;
- сотрудничество с отечественными и зарубежными средствами массовой информации;
- участие в международном журналистском движении, сотрудничество с Международной федерацией журналистов, отечественными и зарубежными журналистскими организациями

(ЕФЖ), которые выражают поддержку своим российским коллегам из Союза журналистов России, осуждая серьезные нарушения свободы прессы в России. В структуру органов Союза журналистов России входит центр правовой защиты журналистов. Реализация ряда проектов позволяет Союзу журналистов вести работы по обучению начинающих работу журналистов.

Союз журналистов принимает участие в законотворческой деятельности путем активного участия в разработке регулирующих работу СМИ и профессиональную деятельность журналистов законов федерального и регионального уровней. Данная организация располагает рядом инструментов и структур, позволяющих эффективно работать в сфере защиты прав журналистов. Сайт Союза журналистов включает в себя раздел, в котором содержатся публикации руководителей Союза журналистов: В. Богданова, Н. Ажгихиной, В. Чельшева, Л. Никитского, М. Федотова и др., в которых поднимаются злободневные и острые вопросы.

В нашем диссертационном исследовании, к сожалению, не проведен анализ, каким образом СЖР осуществляет инициативную деятельность по медиаобразованию, т.к. это поле деятельности оказалось не в центре его внимания, хотя журнал «Журналист»- это орган СЖР и мог бы быть серьезным инструментом для инициации обсуждения исследуемой нами проблемы.

Журналисты, создавшие сотни изданий для русского читателя, испытали потребность в собственном профессиональном органе более двухсот лет спустя после зарождения печати в России. Профессия журналиста к этому времени обрела устойчивые черты, сложился тип деятельности, был наработан значительный опыт в разных видах прессы, обозначились наиболее острые моменты взаимодействия журналистов с властью, бизнесом и обществом, которые можно и нужно было обсуждать в своем профессиональном цехе.

В качестве эмпирической базы исследования профессиональных изданий нами был выбран журнал «Журналист» - старейшее профессиональное издание. Первый номер журнала увидел свет 1 января 1914 года. Первым редактором был профессор МГУ Владимир Максимович Фриче. Журнал был призван

«Освещать экономическое положение журналистов в прошлом и настоящем, в столицах и провинции, за границей и у нас, и тем содействовать как укреплению в журналистах чувства самосознания, так и сплочению их в крепкую профессиональную организацию»⁸¹. В первом номере журнала были обозначены задачи издания: «Журнал будет являться единственной на тот момент общественной организацией – профессиональным органом журналистов, предназначенным для защиты прав и интересов последних, журналисты должны помнить, что никакое улучшение материального и социального положения тружеников пера невозможно, пока они не проникнутся сознанием своих профессиональных интересов, сознанием, что силе капитала, все более подчиняющего прессу себе, необходимо противопоставить силу тех, кто своим трудом создает величественное здание периодической печати».

В первые годы издания речь шла о тяжелом, бесправном положении русских журналистов, сложности условий, при которых им приходится работать у себя на родине, и, главным образом, отмечалось отсутствие корпорации, которая, охраняя свои профессиональные и социальные интересы внутри, вместе с тем представляла бы русскую печать извне. «ЖУРНАЛИСТЪ» писал о положении прессы в Европе, Америке, Китае и других странах.

В связи с переходом печати на военное положение в ходе первой мировой войны журнал был закрыт, но после его работа была возобновлена. В 1967 году издание вновь обрело свое историческое имя «Журналист».

Журнал сохранил свой статус профессионального издания в 1990-е годы, несмотря на перестройку и кризис внутри Союза журналистов, изменение его статуса и, как следствие, значительное падение тиража. Это полноцветное, многостраничное (96 стр.), иллюстрированное издание, сохранившее многие типологические черты своего советского предшественника. Его программа преемственна задачам, изложенным еще в 1914 г. и нацелена на консолидацию

⁸¹ Мальцев Г.П. Начать с начала // Журналист. – 2014. - № 1. – С.1

журналистов, защиту прав журналистского корпуса, образовательную и воспитательную работу.

Мы обратились к анализу журнала «Журналист», учитывая его авторитет и историческую репутацию. «Журналист» начала 21 века- это журнал со следующими приоритетами: освещение наиболее острых проблем медиасообщества, формирование информационного пространства страны, обсуждение взаимоотношений прессы и власти, защита прав и свобод журналиста, содействие демократическим преобразованиям в прессе. Можно отметить, что тексты XXI века по настроению, аргументации, образности родственны тем, которые писали о себе журналисты в начале XX века, также можно отметить сходство структуры современного издания с его советским предшественником.

Типологическая характеристика современного журнала «Журналист» представлена нами в Таблице. Хронологические рамки нашего исследования 2012 – 2018 год (именно за этот период нами были проанализированы авторефераты диссертаций по медиаобразовательной тематике). Поскольку в октябре 2015 года произошла смена главного редактора журнала, а в 2016 году осуществлен редизайн, мы посчитали целесообразным разделить анализируемый нами период на два этапа:

1 период – 2012 – 2015 годы – период деятельности журнала под руководством Геннадия Петровича Мальцева;

2 период – 2015 – по настоящее время – период деятельности журнала под руководством главного редактора Любови Владимировны Петровой.

Отметим, что Геннадий Петрович Мальцев возглавлял журнал «Журналист» шестнадцать лет, а до этого курировал журнал в дирекции общественно-политического издания ИД «Экономическая газета».

Любовь Владимировна Петрова работает в журнале с 2000 года. Была заместителем главного редактора, Вела и редактировала раздел «Идеи газетного бизнеса», отдел печатных СМИ и новых медиа.

Оба этапа нашли отражение в таблице 6.

**Типологическая характеристика журнала «Журналист»
на современном этапе**

<i>№</i>	<i>Основные характеристики</i>	<i>2012 – 2015</i>	<i>2016-2018</i>
<i>Типоформирующие признаки</i>			
1	Учредитель и издатель	Издательский дом «Журналист».	ООО «МЕДИАГРУППА «ЖУРНАЛИСТ».
2	Главный редактор	Геннадий Петрович Мальцев (июнь 1999 по сентябрь 2015).	Любовь Владимировна Петрова (с октября 2015 по настоящее время).
3	Целевое назначение	Профессиональное издание, освещающее деятельность печатных и электронных СМИ. Авторский журнал, в котором могут быть представлены различные авторские точки зрения и идеи	
4	Целевая аудитория	Журналистское профессиональное сообщество: журналисты, студенты направления подготовки «Журналистика», преподаватели факультетов журналистики, те кто интересуется проблемами журналистики	
<i>Вторичные типобразующие признаки</i>			
5	Содержательно-тематическая направленность	<p>11 постоянных разделов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Дневник редактора, - СМИ и общество, - Телерадиоэфир (Телерадиоэфир и интернет), - Новые медиа, - Издательский бизнес, - Профессия, - Светотени, - «Журфак», - Клуб Молодых Журналистов (КМЖ), - Исторический клуб российской прессы, - Бюро консультаций. <p>Непостоянные разделы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Гостиная, 	<p>6 постоянных разделов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - События; - Медиа; - Главное; - Рынок; - Профессия; - Последняя полоса. <p>В интернет версии журнала представлены следующие рубрики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - интервью, - кейсы, - КМЖ, - книжная полка, - медиаобразование,

№	Основные характеристики	2012 – 2015	2016-2018
		- Читальный зал, -Журналистская Россия.	-мероприятия, -Реклама и PR, -Рынок, <i>Продолжение Таблицы 6</i> - Истории, - Мнение.
6	Особенности подачи информации	Качественное профессиональное издание	
7	Авторский состав раздела «Журфак»	Преподаватели вузов, главные редакторы и журналисты, имеющие опыт преподавания в вузе	Раздел отсутствует
8	Оформление	Иллюстрированное издание Традиционные / Мультимедийные	
9	Тип финансирования	Независимое издание журналистского сообщества	
10	Тип распространения	Цена свободная	Цена свободная
11	Степень самостоятельности производства	Нет сведений	Издается при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечать)
12	Форма распространения информации	Подписка по каталогам «Пресса России». Интернет-сайт издания www/journalist-virt.ru Группы в социальных сетях: Facebook.com/pages/Журналист vk.com//journalistvirt. Twitter.com/ journal_j	По редакционной подписке JRNLST.RU, подписка по каталогам «Пресса России» и «МАП». Подписчики получают вход в Клуб Журналиста, что дает возможность доступа к эксклюзивному контенту,

№	Основные характеристики	2012 – 2015	2016-2018
			приглашения на знаковые мероприятия, члены клуба получают скидки от партнеров. Интернет-сайт издания JRNLST.RU,
Формальные признаки			
13	Объём	96 страниц	96 страниц
14	Тираж печатного СМИ (экз.)	9850/1450/1140/1520	1250/1010.
15	Формат	А-4	А-4
16	Периодичность	Ежемесячный журнал	Ежемесячный журнал

Проанализировав колонку бывшего редактора журнала Г. Мальцева, мы пришли к выводу, что «Журналист» предназначен выполнять:

-аналитическую функцию (здесь регулярно проводится анализ тенденций современных СМИ);

-воспитательную и образовательную функции (здесь введены как специальные рубрики: колледж, мастер-классы, мастерские, лаборатории);

-выполнять роль коммуникационной площадки и дискуссионного клуба (здесь регулярно выступают ведущие издатели, политики, редакторы и журналисты, писатели и критики).

Наиболее часто обсуждаемыми либо затрагиваемыми темами в журнале явились следующие:

- власть и журналистика,
- состояние журналистики сегодня и кризис профессии,
- актуальность этической проблематики в журналистике,
- проблема выполнения этических норм,
- риски, которым подвергаются журналисты при осуществлении профессиональной деятельности.

Помимо указанных тем, частым предметом обсуждения в журнале является опыт работы зарубежных журналистов, в том числе описываются их механизмы работы по соблюдению норм этики.

Большинство материалов содержит обсуждение одновременно нескольких указанных тем. Это объясняется, на наш взгляд, тем, что все обозначенные темы тесно взаимосвязаны и взаимозависимы.

Проблема кризиса профессии в условиях современной России рассматривается практически в каждом номере журнала, причем она рассматривается с нескольких позиций: политики, бизнеса, журналистского сообщества, сопредельных творческих цехов: писателей, критиков и т.д.

Роль журнала как проводника позиции Союза журналистов России видна в том, что представители Союза часто задают тон обсуждения, поднимают острые вопросы и занимают нелицеприятную позицию. В качестве примера приведем выступление секретаря Союза журналистов России Надежды Ажгихиной в рубрике «Память»⁸², где автор рассуждает на тему причин отсутствия уважения к профессии журналиста: «Журналисты в России, если честно, никогда не были столь презираемы и унижены общественным мнением, как сегодня. Никогда, за все триста с лишним лет существования отечественной журналистики, власть не старалась создать из журналиста образ никчемного, продажного, готового за деньги обслужить олигарха, а то и настоящего заокеанского врага писака без принципов и совести. Отсутствие доверия к работникам СМИ — примета современной России, ее черта, чреватая будущими трагедиями, в чем авторы идеи не вполне отдают себе пока что отчет».

Автор считает, что общество, которое не верит своим журналистам, не ценит своих журналистов, — глубоко больно, оно не имеет будущего. Равно, как не имеет будущего и то журналистское сообщество, которое не готово

⁸² Ажгихина Н. Улица Политковской / Н. Ажгихина // Журналист. – 2007. – N 11. – С. 85. 3

защищать свое право на правду, на информацию, на дискуссию, и не готово защищать тех, кто несет эту правду и информацию и побуждает к дискуссии.

Со сменой редактора в 2015 году не изменилось целевое назначение и целевая аудитория издания. Сократилось количество разделов. Прекратил свое существование раздел «Журфак», в котором публиковались материалы по профессиональному медиаобразованию. В настоящее время журнал издается при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечать). Начал свою работу Клуб Журналиста, который дает возможность доступа к эксклюзивному контенту, приглашения на знаковые мероприятия, члены клуба получают скидки от партнеров. Изменился Интернет-сайт издания JRNLS.T.RU. Тираж издания достиг своего максимума в 2015 году и составил 1520 экземпляров, затем тиражи стали снижаться. Данную тенденцию можно объяснить перемещением части аудитории в интернет пространство. Объем и периодичность выхода журнала остались без изменений.

Целям нашего исследования (анализ освещения проблем медиаобразования в журнале «Журналист») в наибольшей мере соответствует раздел «Журфак». Уже исходя из его названия, можно предположить, что в нем публикуются материалы освещающие деятельность образовательных учреждений по подготовке кадров для СМИ, т.е. деятельность учреждений, занимающихся профессиональным медиаобразованием.

Результаты количественного анализа публикаций в разделе «Журфак» представлены нами на рисунке.

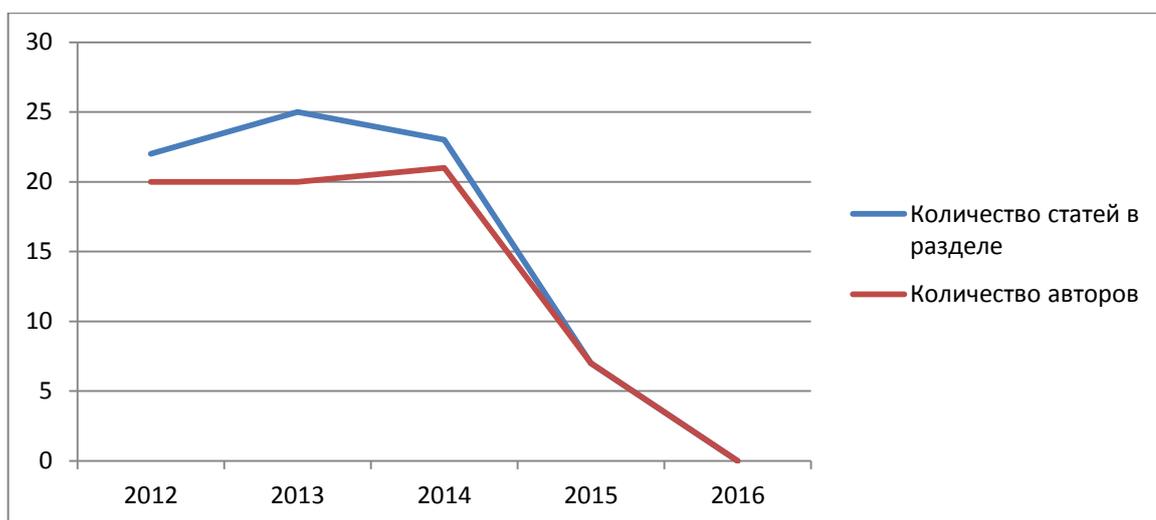


Рис 10.. Количественный анализ публикаций в разделе «Журфак»

Из графика видно, что наибольшее количество публикаций приходится на 2013 год (25 публикаций подготовленные 20 авторами). 2012 – 2014 гг. – можно охарактеризовать как стабильны период. Ежегодно в каждом номере в исследуемом нами разделе публиковалось по два - три материала. В 2015 году в четырех номерах было опубликовано 7 материалов семи авторов. После этого раздел прекратил свое самостоятельное существование. Отдельные публикации с подзаголовком «Журфак» появляются в разделе «Профессия».

Вела раздел доктор филологических наук, профессор Светлана Сергеевна Распопова, редактор – Наталья Шестова.

Героями публикаций и одновременно соавторами стали в анализируемый период 64 человека. Из графика видно, что количество соавторов /авторов практически равно количеству опубликованных статей, что свидетельствует о разнообразии авторского коллектива. Случаи повтора автора единичны. Исключение составляет ведущая раздела С.С. Распопова. В 2012 году у нее вышло 3 статьи, в 2013 – 7 статей, в 2014 – 6 статей, в 2015 году – 2 статьи.

Следующим этапом нашего исследования является характеристика авторского коллектива по критериям места жительства, места работы, наличия ученой степени.



Рис.11. Место жительства авторов публикаций в разделе «Журфак»

Из диаграммы видно, что авторы публикаций в разделе «Журфак» журнала «Журналист» являются представителями 11 городов, из них 72% авторов публикаций из Москвы, по 12% авторов с Урала (Оренбург, Челябинск), 2 % авторов из дальнего зарубежья (Великобритания, США).

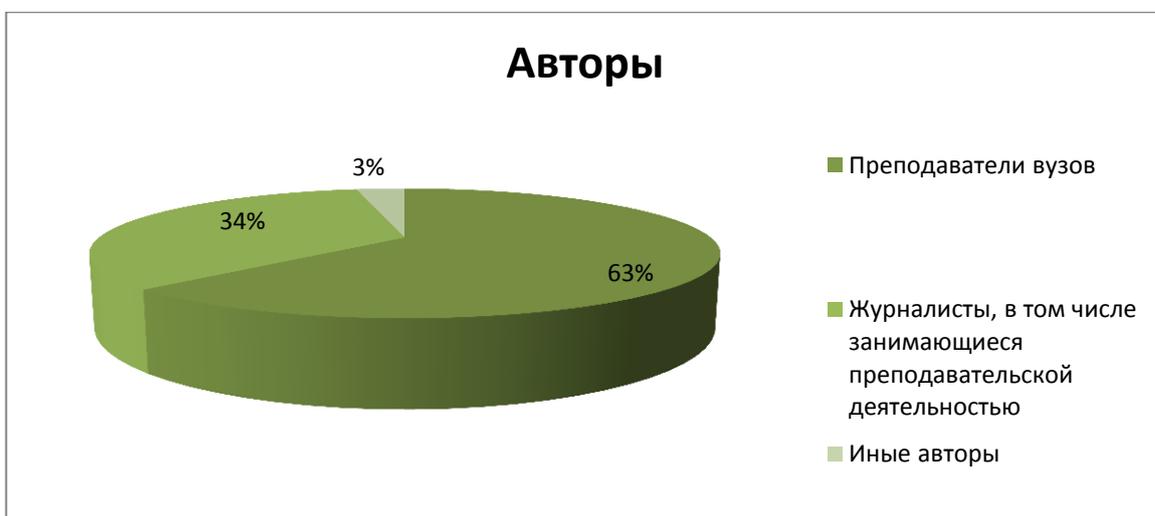


Рис. 12. Профессии авторов / соавторов публикаций в разделе «Журфак»

Большая часть (63 %) авторов / соавторов статей в разделе журнала «Журфак» - это преподаватели вузов. 34 % авторского коллектива являются действующими журналистами. Из текстов публикаций стало ясно, что все журналисты-практики имеют опыт преподавания в вузе. Как правило, они

ведут практические занятия, мастер-классы, руководят практикой обучающихся. Большая часть журналистов – практиков занимают руководящие должности.

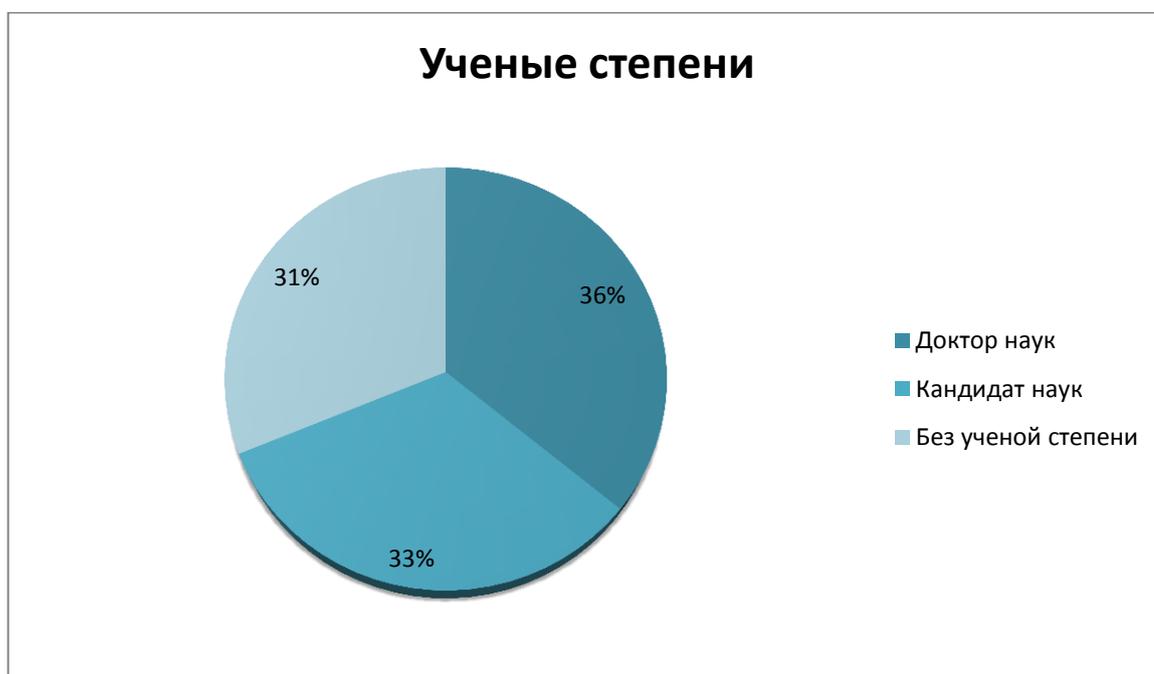


Рис. 13. Авторский состав раздела «Журфак»

Также мы проанализировали уровень образования и наличие ученых степеней авторов. Выяснили, что 69% авторов / соавторов имеют ученую степень доктора или кандидата наук. Данный факт должен, по нашему мнению, гарантировать внедрение результатов научных исследований в практику СМИ.

Проведенный анализ позволил нам сделать следующие выводы:

К работе в данном направлении привлекались авторитетные ученые, эксперты в области СМИ, медийные персоны. Авторитет автора, безусловно, повышает доверие к сообщению, оказывает большее воздействие на читательскую аудиторию и способствует продвижению идеи профессионального медиаобразования. В разделе «Журфак» обобщается педагогический опыт по профессиональному медиаобразованию не только столичного региона, но и провинции. Соотношение столичных авторов и провинциальных 1:3 также направлено на повышение доверия к информации.

Следующим этапом нашего исследования мы провели анализ тематики публикаций в разделе «Журфак» за период 2012 – 2014 год. В 2015 году было опубликовано в четырех номерах семь материалов, что не позволяет проводить сравнительный анализ с предыдущими годами.



Рис.14. Тематика публикаций в разделе «Журфак» за 2012 год

В 2012 году опубликованы материалы по шести темам, которые мы условно назвали «персона», «история журналистики», «методика преподавания отдельных дисциплин», «событие», «юнкоры» (См. Рис. 14).

Большая доля публикаций (35 %) – это публикации, посвященные людям, внесшим значительный вклад в журналистику, в становление и развитие журналистского образование. Героями публикаций в 2012 году стали Шкондин М.В.⁸³, Есин Б.И.⁸⁴, Солганик Г. Я.⁸⁵, Гуревич С. М.⁸⁶). Велика доля публикаций по истории журналистики. Информационным поводом для создания публикаций на тему, которую мы условно назвали «персона»

⁸³Шкондин М. «Глубоко убежден, что университет во многом облагородил меня»/ Журналист. – 2012. - №10.- С. 78.

⁸⁴ Есин Б. «мы долго боролись с тем, чтобы на превратиться в ремесленный факультет»/ Журналист. – 2012. - №6.- С. 80.

⁸⁵Сологаник Г. «Современные студенты- творцы языка»/ Журналист. – 2012. - №1.- С. 79.

⁸⁶ Гуревич С. «Печатай шаг- не упадешь»/ Журналист. – 2012. - №3.- С. 81.

является, как правило, какая - либо юбилейная дата (например: 90-летие доктора филологических наук, профессора, заслуженного профессора МГУ имени М.В. Ломоносова, эксперта по истории российской журналистики, истории газет и газетного дела России Бориса Ивановича Есина⁸⁷, 80-летие заведующего кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова Михаила Васильевича Шкондина⁸⁸).

Также велика доля публикаций по истории литературы и журналистики. Факты, изложенные в публикациях рассматриваются сквозь призму личности исследователя. Излагая исторический материал, автор публикации рассказывает и о себе, о своем восприятии истории. Красной нитью проходит через все публикации, в том числе публикации обобщающие опыт преподавания журналистских дисциплин, идея о необходимости фундаментальной теоретической подготовки будущих журналистов, глубоких гуманитарных знаний, воспитания ответственности, формирования гражданской позиции. В 2012 году затрагивается тема раннего непрофессионального медиаобразования, юнкоровского движения. Данные публикации также подчинены общей идее формирования личности на гуманистических ценностях.

В 2013 году на страницах журнала также обсуждалось шесть основных тем (См. Рис. 15). 31% публикаций приходится на тему Персона. Героями авторами и соавторами данной рубрики стали Л. Телень⁸⁹, Л. Кройчик⁹⁰, Б.Киршин⁹¹, Л. Свитич⁹² и др. Появилась новая тема, которую мы условно назвали «журналистское образование». В рамках данной темы рассматривалась

⁸⁷ Журналист. – 2012. - №6.- С. 80.

⁸⁸ Журналист. – 2012. - №10.- С. 78.

⁸⁹Телень Л. «Способности мало что значат, если к ним не прикладывать характер // Журналист. – 2013. - № 8. – С. 75

⁹⁰Кройчик Л. «Произведения Салтыкова – Щедрина сегодня актуальны как никогда» // Журналист. – 2013. - №5. – С. 76

⁹¹ Киршин Б. «Серьезную роль в моем становлении сыграл «Журналист» // Журналист. – 2013. - № 12. – С.69

⁹² Свитич Л. «Мне важно, чтобы мои студенты получали удовольствие от новых творческих знаний»/ Журналист - 2013. - №4. – С.78

не просто методика преподавания отдельных дисциплин (иностранный язык⁹³, основ журналистской деятельности⁹⁴, редактирования⁹⁵), а подходы к организации журналистского образования⁹⁶. Мы связываем данный факт с проходившим в этот период обсуждением проектов новых федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС 3+), переходом на двухуровневую систему журналистского образования, со сменой лично-ориентированной парадигмы образования на компетентностную.

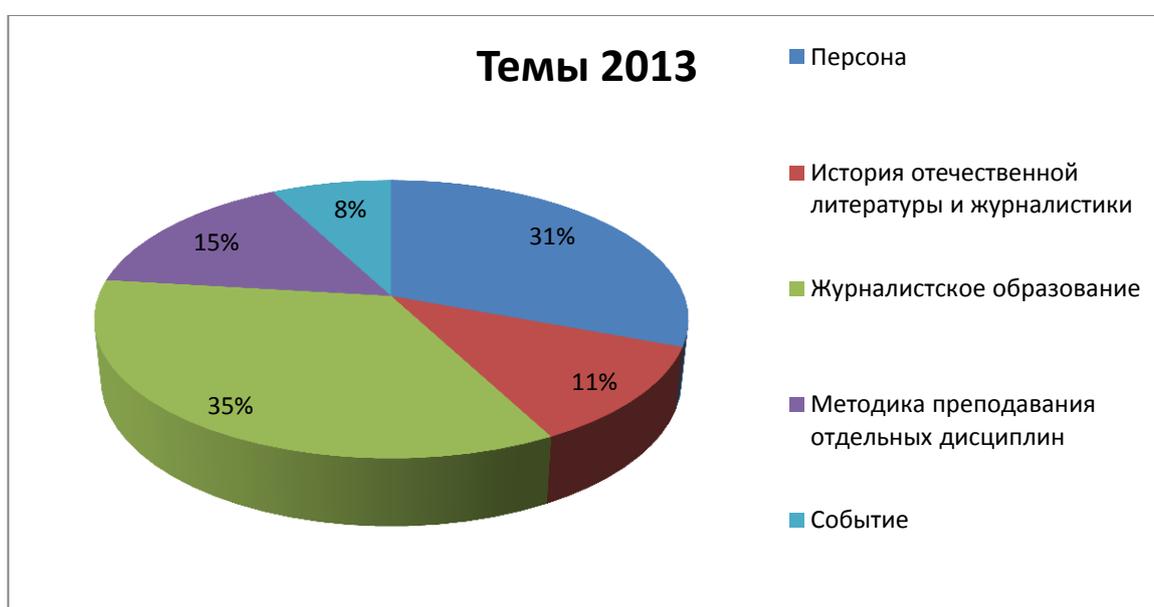


Рис. 15. Тематика публикаций в разделе «Журфак» за 2013 год

На данную тему пришлось 35% всех публикаций. В последующие годы интерес к данной теме заметно снизился.

⁹³ Китайгородская Г. «Расширю пространство счастья» / Журналист. – 2013. - №6. – С.73

⁹⁴ Распопова С. Как работать с фактами? / Журналист. – 2013. - №8. – С.74

⁹⁵ Распопова С. Текст под микроскопом / Журналист. – 2013. - №8. – С.72

⁹⁶ См. Распопова С. «Профиль» над «схваткой» теоретиков и практиков журналистики./Журналистика. -2013. - №2. – С.77

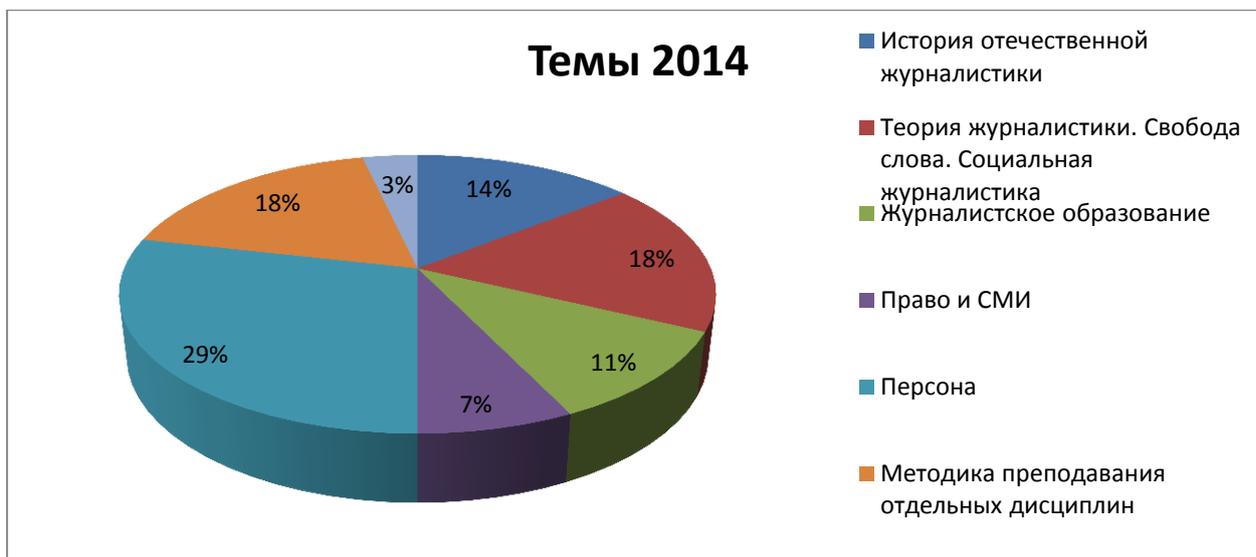


Рис. 16. Тематика публикаций в разделе «Журфак» за 2014 год

Любопытные данные мы получили в процессе анализа публикаций 2014 года (См. Рис. 16). Как видно из диаграммы тематика публикаций не претерпела значительных изменений. Также высок процент публикаций о людях, внесших значительный вклад в журналистику и журналистское образование (например, Засурский Я. Хочу пожелать всем радости творчества⁹⁷, Распопова С. Профессор Прохоров за чтением журнала «Журналист⁹⁸»), но доля их от общего числа опубликованных материалов несколько снизилась.

Появились новые темы, затрагивающие проблемы теории журналистики, свободы слова, права СМИ. Данные темы раскрываются с позиции педагога. Наблюдается тенденция увеличения числа публикаций по методике преподавания журналистских дисциплин. Появляется все больше прагматических текстов (например, Зеленина Е. Как писать о проблемах общества⁹⁹; Лащук О. Как учить журналистов созданию и редактированию медиатекста?¹⁰⁰

⁹⁷ Журналист. – 2014. - № 11. – С.81

⁹⁸ Журналист. – 2014. - № 1. – С.81

⁹⁹ Журналист. – 2014. - № 5. – С.79

¹⁰⁰ Журналист. – 2014. - № 10. – С.82

На графике (См. Рис. 17) мы отобразили тенденции изменения числа публикаций по пяти темам, которые присутствовали в разделе «Журфак» на протяжении трех лет. Мы не включили в график темы, которые освещались в журнале только в конкретном году, такие как «Юнкоры» (2012), «Русский язык и культура речи для журналистов» (2012), «Право и СМИ» (2014) и др.

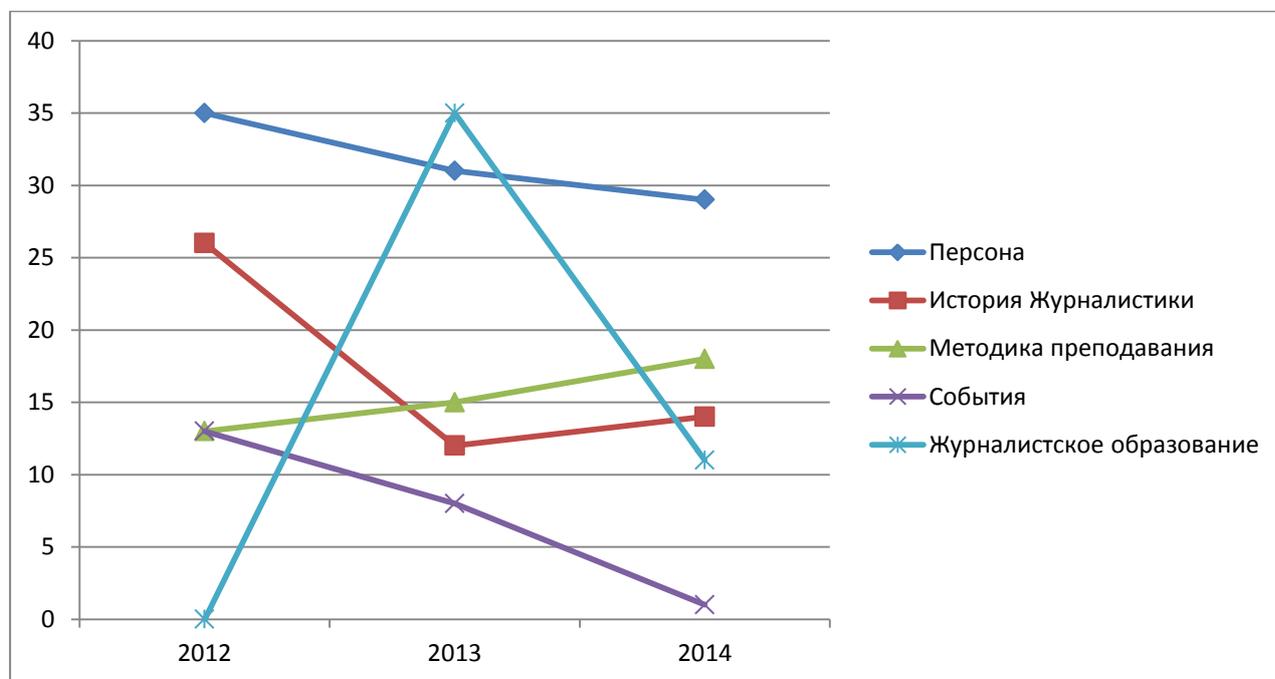


Рис. 17. Динамика изменения количества публикаций в рубрике «Журфак»

Из графика видно, что количество публикаций, освещающих значимые для журналистского образования события (конференции, форумы, конкурсы и т.п.), повествующие о выдающихся деятелях в области журналистики и журналистского образования, снижается. Гуманистическое мышление и смысловыявляющие тексты начинают замещаться прагматическим мышлением и утилитарными текстами.

В освещении проблем медиаобразования на страницах профессионального журнала «Журналист», начиная с 2015 года, нами была выявлена тенденция тяготения к утилитарному, прагматическому подходу. В настоящее время на страницах журнала «Журналист» уже нет публикаций, пропагандирующих необходимость фундаментальной теоретической подготовки, глубоких гуманитарных знаний, формирования разносторонне

развитой личности. Современные публикации в журнале мы можем отнести к прагматическому тексту, типологическими характеристиками которого являются:

- лаконичность (конкретность, четкая проработка текста), описательность (наглядные детали, последовательность, пошаговая инструкция),

- фактологичность, безоценочность (подчеркнутое беспристрастие), деритуализация (скептическое отношение к высоким идеям, почитаемым героям),

- конструктивность (полезность здесь и сейчас», для решения конкретной проблемы в конкретных обстоятельствах), прогностичность (ориентация в «ожидаемом будущем»).

Все это говорит, что журнал постарался измениться вместе со временем и аудиторией, предлагая ей конкретные ответы на насущные вопросы современной журналистской практики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенного исследования нами были получены следующие результаты:

Необходимость медиаобразования на современном этапе развития информационного (постиндустриального) не вызывает сомнения. Первые десятилетия своего существования медиаобразование имело «защитительный» уклон. Акцент делался на то, что средства массовой коммуникации (далее СМК) – это источник угроз, следовательно необходимо оградить подрастающее поколение от пагубного влияния.

Вместе с тем исследователи отмечают, что единой теоретической концепции медиаобразования так и не сложилось. Выделяют как минимум восемь основных теоретических подходов в данной области.

Анализ существующих теорий медиаобразования показал, что их условно можно разделить на три группы (подхода). К первой группе мы можем отнести теории медиаобразования, сторонники которых стремятся оградить обучающихся от пагубного влияния медиа, в том числе от низкохудожественных медиатекстов, и противопоставить этому влиянию классические культурные ценности, лучшие современные произведения.

Второй подход можно условно назвать аналитическим. В соответствии с ним главное – это в условиях переизбытка информации дать аудитории ориентиры, научить грамотно воспринимать информацию, понимать ее суть, анализировать, оценивать механизмы и последствия медиавлияния.

Третья группа теорий носит прикладной, утилитарный характер.

Мы разделяем позицию А.В. Федорова о необходимости сбалансировать медиаобразовательный процесс, включив в него элементы всех трех групп теорий.

Медиаобразованию в России около 100 лет. Оно проходило те же этапы своего становления, что и зарубежные концепции, хотя и с некоторым запозданием. Специфическими чертами российского медиаобразования,

отличающими его от медиаобразования других стран называют: 1) практическую доминанту; 2) эстетический уклон, доминирующий в кинодвижении; 3) идеологический уклон медиаобразования; 4) необязательный фрагментарный характер и игнорирование этого направления со стороны профильного ведомства.

Несмотря на множество исследований, посвященных медиаобразованию, единого толкования этого термина до сих пор нет. В литературе, посвященной этой теме, даются различные дефиниции этого понятия. Опираясь на проведенный анализ определений понятия «медиаобразование» для исследования освещения проблем медиаобразования в научных трудах и профессиональных изданиях нами принято следующее рабочее определение «медиаобразование – это процесс развития творческих, коммуникативных способностей личности, критического мышления, умений интерпретации, анализа, оценки и самостоятельного создания медиатекстов с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа)». Общим местом многих исследований в этой сфере является предположение о том, что в медиаобразовании будут доминировать социокультурные и культурологические теории и соответствующие им задачи, продолжится сближение тематики исследований в области медиапедагогики, медиакритики и журналистики, будет неуклонно расти количество исследований, так или иначе связанных с проблемами медиаобразования, медиаграмотности и медиакомпетентности.

Со времени опубликования результатов первого исследования прошло 10 лет, это достаточный исторический срок для проверки эффективности решений, поэтому нам показалось интересным проверить, насколько оправдались сделанные в первое десятилетие XXI века прогнозы.

В избранный для анализа период под научным руководством доктора педагогических наук, профессора А.В. Федорова и при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда был реализован проект «Подготовка и создание научной библиотеки «Медиаобразование»

(<http://edu.of.ru/medialibrary>). Опираясь на полнотекстовое собрание авторефератов диссертаций, собранных на данном сайте, профессор А.В. Федоров в дальнейшем попытался проследить эволюцию взглядов отечественных ученых на медиаобразовательные процессы в период с 1960 по 2008 год. В ходе проведенного сравнительного анализа были выявлены механизмы, породившие наиболее значимые изменения в тематике, моделях, теоретических подходах, задачах медиаобразования. В данном исследовании мы привели некоторые результаты науковедческого анализа состояния российских научных исследований в области медиаобразования, который продолжил традицию, воспринятую от А.В. Федорова.

Проведенный контент-анализ авторефератов диссертаций на соискание ученых степеней доктора филологических наук, кандидата филологических наук, размещенных на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии (ВАК) при Министерстве образования и науки Российской Федерации <http://vak.ed.gov.ru> по научной специальности 10.01.10 Журналистика за период с марта 2012 года по апрель 2018 года в разделе «Объявления о защите диссертаций» показал, что наша гипотеза о том, что число диссертационных исследований по медиаобразованию будет неуклонно расти – не подтвердилась.

С небольшим перевесом лидирует теория «удовлетворения потребностей» аудитории, однако ее нельзя назвать ведущей.

Гипотеза о том, что в медиаобразовании доминирующие позиции займут социокультурные и культурологические теории и соответствующие им задачи, также не нашла своего подтверждения. Не выявили мы и сближения тематики исследований в области медиапедагогики, медиакритики и журналистики. Медиакритике посвящено только одно исследование.

В освещении проблем медиаобразования на страницах профессионального журнала «Журналист», начиная с 2015 года нами была выявлена тенденция тяготения к утилитарному, прагматическому подходу. В настоящее время на страницах журнала «Журналист» уже нет публикаций, пропагандирующих необходимость фундаментальной теоретической

подготовки, глубоких гуманитарных знаний, формирования разносторонне развитой личности. Современные публикации в журнале мы можем отнести к прагматическому тексту, типологическими характеристиками которого являются лаконичность (конкретность, четкая проработка текста), описательность (наглядные детали, последовательность, пошаговая инструкция), фактологичность, безоценочность (подчеркнутое беспристрастие), деритуализация (скептическое отношение к высоким идеям, почитаемым героям), конструктивность (полезность здесь и сейчас», для решения конкретной проблемы в конкретных обстоятельствах), прогностичность (ориентация в «ожидаемом будущем»).

По нашему убеждению, социополитическая и социокультурная обстановка в стране внесла серьезные коррективы в направление медиаисследований, но она не отменила потребность в дальнейшей проработке этой актуальной и весьма перспективной темы. Дальнейшее исследование может идти по пути расширения эмпирической базы и включения в нее других изданий, таких как «Среда», «Медиарынок», «Медиаобразование»

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева, Ю.В. Парадигмы нового мышления и стратегии обучения журналистов [Текст] /Ю.В. Андреев // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции (20-22 октября 2016 г.) / под ред. Р.П. Баканова. – Казань : Изд-во Казан. Ун-та, 2016. – С. 359 – 3615.
2. Бабаева Ф. Б. Роль СМИ республики Таджикистан в правовом просвещении граждан автореф. дис. ... канд. филол. наук / Бабаева Ф. Б. Душанбе – 2015. – 22 с.
3. Баканов, Р.П. Медиакритика в российских СМИ: специфика развития [Текст] / Р.П. Баканов // Информационное поле современной России: практики и эффекты : сборник материалов Седьмой Международной научно-практической конференции. Казань, 21-23 октября 2010г. – Казань : Казан.ун-т,2010. – С.342-350.
4. Баканов, Р.П. Медийная практика как учебная дисциплина (опыт Казанского университета) [Текст] / Р.П. Баканов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – Белгород : Изд-во БелГУ, 2011. - №24 (119). – Вып. 12. – С.150-159.
5. Бакулина, Ю.В. Медиакультура в сфере образовательной рефлексии [Текст] / Ю.В.Бакулина// Наука. Философия. Общество : сборник материалов V Российского философского конгресса. – Новосибирск : Параллель , 2009. – Т.3. – С.455–456.
6. Биккулова, Г.Р. Развитие критического мышления в контексте медиаобразования [Текст] / Г.Р. Биккулова // Инновации в образовании. – 2009. - №3. – С.4-17.
7. Бондаренко, Е.А. Информационно-коммуникативная среда современного образования: этнокультурные аспекты медиаобразования [Текст] / Е.А. Бондаренко //Образовательные технологии XXI века. – Москва : Изд-во Ин-та содержания и методов обучения РАО,2008. – С.23-28.

8. Бондаренко, Е.А. Медиаобразование в формировании современной образовательной среды [Текст] / Е.А. Бондаренко // Образовательные технологии XXI века. – Москва : Изд-во Российской академии образования, 2009. – С.51-57.

9. Бондаренко, О.А. Отражение и формирование ценностей в молодежной печати (на примере Краснодарского края, Ростовской области, Республика Адыгея) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / О.А. Бондаренко. – Москва – 2014. – 28с.

10. Вахрушев, А. А. Просветительская миссия печати и литературы в провинциальной России (на материале Вятской губернии XVII – начала XX веков) : автореф. дис. ... докт. филол. наук / А. А. Вахрушев. - Санкт-Петербург. -2013. – 55 с.

11. Возчиков, В.А. Медиаграмотность в педагогической интерпретации [Текст] / В.А. Возчиков, А.Ю. Арутюнян, Е.Б. Манузина, А.А. Немирич // Медиаобразование. 2014.-№ 2 . – С. 56 – 67.

12. Гаврилов, А.Р. Политические медиавлияния и медиаобразование как факторы политического социализма молодежи [Текст] / А.Р. Гаврилов // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Сборник статей XIII Международной научно-практической конференции (20 – 22 октября 2016 г.)/ под ред. Р.П. Баканова. – Казань: Изд-во Казан.Ун-та, 2016 – С. 377-380.

13. Гуреева, А.Н. Медиакоммуникационная деятельность российских вузов в интернет- пространстве (2014 – 2016 гг.) : автореф.дис. ... канд. филол.наук. / А.Н.Гуреева. – Москва – 2017. -24 с.

14. Давыдов, И. Масмедиа Рунета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации : аналитический доклад [Текст] / И.Давыдов. – Среда – 2000.- №11. – С.18-21.

15. Егорова, Л.Г. Медиаобразование как фактор развития экологической культуры [Текст] / Л.Г. Егорова // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сборник статей XIII Международной научно-

практической конференции (20 22 октября 2016 г.) / под ред. Р.П.Баканов. – Казань : Изд-во Казан. Ун-та, 2016 . – С.385 - 390.

16. Ефимова Л.Л. Информационная безопасность детей: российский и зарубежный опыт : монография [Текст] / Л.Л. Ефимова, С.А. Кочерга. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 239с.

17. Жилавская, И.В. Элементы медиаобразования в системе профессиональной подготовки журналистов [Текст] / И.В. Жилавская // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. - № 2. – С.184 – 189.

18. Жилавская, И.В. Проблема формирования понятийного аппарата медиаобразования в условиях конвергенции медиа- и информационной грамотности [Текст]/ И.В. Жилавская // Фундаментальные исследования. – 2014. - № 5, ч. 1. – С. 213 – 217.

19. Жилавская,И.В. Актуальные проблемы интеграции журналистики и медиаобразования в структуре факультетов журналистики российской высшей школы [Текст] / И.В. Жилавская // Мир образования – образование в мире. – 2015. - № 4. – С. 34 – 41.

20. Жилавская, И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема [Текст] / И.В. Жилавская // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2016. - № 3 (21). В 2-х т. Т.1 Филологические науки. – С. 141-147.

21. Иванова, Л.В. Пресса как фактор формирования городской среды и городского сообщества. : дис. канд. фил. наук [Текст] / Л.В. Иванова. – Тольятти,2005. – 207 с.

22. Ильичев, С.И. Кинолюбительство: истоки и перспективы [Текст] / С.И. Ильичев, Б.Н. Нащекин. – Москва : Искусство , 1986. – 110 с.

23. Исакова, Т.Б. Использование методов проблемного обучения в подготовке журналистов [Текст] / Т.Б. Исакова.-Тольятти: ВУиТ, 2010. – 243с.

24. Исакова, Т.Б. Организация самостоятельной работы студентов на основе компетентностного подхода как актуальная проблема современного

российского медиаобразования [Текст] / Т.Б. Исакова . – Казань: Казан.Ун-т,2010. – 484 с.

25. Исакова, Т.Б. Организация самостоятельной работы студентов как актуальная проблема медиаобразования [Текст] / Т.Б. Исакова – Тольятти: ВУиТ, 2011. – 218с

26. Исакова, Т.Б. Социальная компетентность в профессиональном становлении журналистов [Текст] /Т.Б. Исакова- Нижнекамск: Изд-во НМИ, 2011.-314с.

27. Исакова, Т.Б. Организация самостоятельной работы студентов журналистов [Текст] /Т.Б. Исакова. – М.:МедиаМир, 2011. – 230с.

28. Исакова, Т.Б. Модернизация самостоятельной работы студентов-журналистов [Текст] /Т.Б. Исакова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2014. - №4(8). – С. 125 – 130

29. Исакова, Т.Б. Журналистское образование в условиях модернизации [Текст] /Т.Б. Исакова // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. - №5 (360). – С.383-388. Филология. Искусствоведение. Выпуск 94.

30. Исакова, Т.Б. Инновационные медиаобразовательные технологии в организации самостоятельной работы студентов [Текст] / Т.Б.Исакова. – Казань : Изд-во Казан. Ун-та, 2016 . – С.391 – 395.

31. Колесникова, М.М. К вопросу об интерактивности, гипертексте и мультимедиа в сетевых коммуникациях [Текст] / М.М. Колесникова // Филологический вестник Ростовского государственного университета. – 2002. - №2. – С.61 – 68.

32. Короченский, А.П. Медиакомпетентность аудитории и медиакритика [Текст] / А.П.Короченский // УМО-регион. – Воронеж : Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2009. – С.10-15.

33. Короченский, А.П. Медиаобразование и журналистика на юге России : Юг России в прошлом и настоящем: история, экономика, культура

[Текст] / А.П. Короченский ; отв.ред. И.Т. Шатохин. – Белгород : Изд-во Белгородского гос. ун-та, 2006. – Т.1 – С.316 – 323.

34. Косолапова, Д. И. Ювенильная журналистика в России: исторические и функциональные особенности : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Д.И. Косолапова. – Екатеринбург - 2015. -23 с.

35. Лукина, М.М. Медиаобразование в школе: издаем школьную газету: учеб.пособие [Текст] / М.М.Лукина, С.Э. Некляев. М.: Изд-во МГУ, - 2009. – 68 с.

36. Мальцева, Ю. А. Медиаобразовательная деятельность медипредприятий Германии(на примере вещательных компаний) :автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю.А. Мальцева. -Челябинск – 2015. - 20 с.

37. Медиаобразование: от теории к практике : сб. материалов I Всероссийской научно-практической конференции «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». Томск, 20-21 ноября 2007 г. [Текст] / сост. И.В. Жилавская. – Томск : Изд-во Томск. ин-та информационных технологий , 2007. – 322 с.

38. Мелюхина, С.И. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития [Текст] / И.С. Мелюхин. – М. : МГУ, 1999. – 208 с.

39. Морозова, А.А. Региональные медиаобразовательные проекты в сфере радиовещания : особенности контента (на примере Челябинской области) : дис.канд.филол.наук [Текст] / А.А.Морозова // Екатеринбург, 2012. – 223 с.

40. Смирнова, О.В. Мастер-класс для преподавателей: использование активных методик в курсе «Медиаобразование» [Текст]/ О.В., Т.И. Фролова // Сборник программ преподавания дисциплин «Медиаобразование в школе». – М.: фак. Журналистики МГУ, 2009. – С. 91 – 95.

41. Современное журналистское образование: компетентностный подход [Текст] / под ред. Г.В. Лазутиной. – М.: МедиаМир, 2011. – 230 с.

42. Стечкин, И.В.Медиаобразование в школе : школьный интернет-портал : учеб.пособие [Текст] / И.В. Стечкин, Д.А. Олеринская, Л.А. Круглова. – М.: Изд-во МГУ, 2009. – 40 с.

43. Татаренкова, Д. С. Средства массовой информации как фактор социальной реабилитации осужденных : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Д. С. Татаренкова . - Екатеринбург – 2015. - 27 с.
44. Тяжлов, Я. И. Медиапросветительский потенциал кинокритики в современных российских средствах массовой коммуникации автореф. дис. ... канд. филол. наук / Я. И. Тяжлов. - Воронеж –2017. – 22 с.
45. Фатеева, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации : монография [Текст] / И.А. Фатеева. Челябинск : изд-во Челяб.Гос. ун-та, 2007. – 270 с.
46. Фатеева, И.А. Актуальные проблемы медиаобразования : учебное пособие [Текст] / И.А.Фатеева. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2015. – 129 с.
47. Федоров, А.В. Медиаобразование: история, теория и методика [Текст] / А.В.Федоров. – М.: Ростов : ЦВВР . 2001. – 708 с.
48. Федоров, А.В. Медиаобразование в России: краткая история развития [Текст] / А.В.Федоров, И.В. Чельшева. – Таганрог : Познание, 2002. – 266 с.
49. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность [Текст] / А.В.Федоров. – Таганрог : Изд-во Кучма, 2004. – 38 с.
50. Федоров, А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности [Текст] / А.В. Федоров. – Таганрог, 2010. – 64 с.
51. . Чельшева, И.В. Методика и технология медиаобразования в школе и вузе [Текст] / И.В. Чельшева, под ред. А.В. Федорова. Таганрог : Издат. центр Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009. – 320 с.
52. Чельшева, И.В. Медиаобразование в системе высшего профессионального педагогического образования [Текст] / И.В. Чельшева // Современные тенденции в развитии российского медиаобразования. – М.: Изд-во МГУ, 2010. – Т. 2. – С. 19-25.

53. Якушина, Е.В. Медиаобразование : как научиться грамотно работать с информацией[Текст] / Е.В. Якушина // Народное образование. – 2012. - № 6. – С. 185-189.

54. . 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.

55. McLuhan, M. Understanding Media: The Extensions of Man / M. Luhan. N.Y.: McGraw Hill, 1964.

56. Wilson, C. Media and Information Literacy Curriculum for Teachers (prepared by UNESCO) [Electronic resource] / C. Wilson [et al.]. Paris : UNESCO, 2011. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf>