

**Библиотека САМО**

**Негосударственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Томский институт информационных технологий»  
НП «Сибирская ассоциация медиаобразования»**

# **МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: от теории – к практике**

**Сборник материалов II Всероссийской научно-  
практической конференции  
«Медиаобразование в развитии науки, культуры,  
образования и средств массовой коммуникации»  
Томск, 4-5 декабря 2008**

**Составитель: И. В. Жилавская**

**Томск 2008**

УДК 070:008  
ББК 76.0  
М42

**Составитель: И. В. Жилавская**

**Редакционная коллегия: И. В. Жилавская  
Ю. Н. Кириленко (1 часть)  
Н. А. Тельцова (2 часть)**

**Медиаобразование: от теории – к практике:** сб. материалов II Всеросс. науч.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». Томск, 4-5 декабря 2008/ Сост. И. В. Жилавская; ред. кол.: И. В. Жилавская, Ю. Н. Кириленко (1 часть), Н. А. Тельцова (2 часть). Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2008. – 340с.

В первую часть сборника статей II Всероссийской научно-практической конференции «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации» вошли работы ученых, журналистов и преподавателей школ и вузов из различных регионов России, Украины, Белоруссии. Публикации сборника посвящены актуальным проблемам медиаобразования, медиакультуры, медиакритики.

Во второй части сборника обобщен практический опыт медиапедагогов, входящих в Сибирскую ассоциацию медиаобразования, а также специалистов других регионов, где активно развивается это инновационное направление образования. В сборник вошли последние социологические исследования в области молодежной информационной политики и медиаобразования. Здесь же представлены лучшие работы школьников – участников интеллектуального конкурса «Читай и думай».

УДК 070:008  
ББК 76.0  
М42

Издание выпущено при поддержке Сибирской ассоциации медиаобразования.

© НОУ ВПО Томский институт информационных технологий, 2008

# СОДЕРЖАНИЕ

От составителя 9

## ЧАСТЬ I. МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

### Глава I. Медиаобразование и современная культура

<b>Беленко В.Е.</b> Новое информационное пространство: вызовы сложившимся представлениям .....	10
<b>Брюханцева Н.В.</b> Идеалы, идолы и ценности в современном медиапространстве .....	18
<b>Данилов А.П.</b> Профессиональное медиаобразование: региональный опыт .....	26
<b>Данилов А.А.</b> Образовательно-культурные программы телевидения в медиапространстве региона: исторические истоки и тенденции эпохи .....	34
<b>Жижина М.В.</b> Исследование медиакультуры как социально – психологического феномена .....	42
<b>Кузнецова Е.И.</b> Инновационные формы медиакультуры: философские аспекты исследования .....	49
<b>Калинина-Сулакшина О.С.</b> Норма языка в современной языковой культуре .....	55
<b>Онкович А.В.</b> Медиаобразование как интеллектуально-коммуникативная сеть в диалоге культур .....	60
<b>Тельцова Н.А.</b> Тема Отечественной войны 1812 года на страницах журналов XIX века «Современник» и «Библиотека для чтения». Опыт исследования роли редакционной политики в создании образа исторического события .....	69

## **Глава II. Методологические проблемы медиаобразования**

**Григорьева И.В.** Медиаобразовательное пространство как условие развития современного специалиста в области образования: постановка проблемы .....76

**Дзялошинский И.М.** Медиаобразование: педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций? .....84

**Запевалина О.В.** Современный мир и средства массовой коммуникации ..... 103

**Иванова Л.А.** Перспективные направления исследования современных проблем медиаобразования ..... 110

**Олешко В.Ф.** Медиаобразование без границ ..... 118

**Пичурин Л.Ф.** Некоторые размышления о современном медиаобразовании ..... 127

**Рац М.В., Розина И.Н.** Коммуникативистика: проблемы и пути развития ..... 132

**Фатеева И.А.** Теория медиадеятельности как альтернатива традиционно выделяемых теорий медиаобразования ..... 140

**Федоров А.В.** Медиаобразование против медийного насилия ..... 148

**Хлызова Н.Ю.** Интерпретация понятий «компетентность» и «компетенция»: к проблеме систематизации научной терминологии медиаобразования ..... 154

## **Глава III. Медиаобразование и современные СМИ**

**Глебов В.В.** Влияние СМИ на насилие и скрытую агрессию человека ..... 162

**Жилавская И.В.** Основы исследования СМИ как медиаобразовательной системы ..... 170

<b>Кириленко Ю.Н.</b> Осмысление метода иронии, как способа преодоления медианекомпетентности .....	181
<b>Князева Е.И., Киреев П.С.</b> Сетевой анализ проблемы консонанса информации в Интернет-СМИ .....	188
<b>Нескрябина О.Ф.</b> О поисках российской идентичности в пространстве медиа .....	196
<b>Носова Е.А.</b> К вопросу о трансформации информационного повода в «я»-тексте и «он»-тексте .....	202
<b>Остапенко А.О.</b> Место и роль журналистики в современном обществе .....	206
<b>Степанов А.А.</b> Перспективы развития студенческих сетевых изданий в эпоху web 2.0. Юзабилити-подход .....	210
<b>Орлова Е.В.</b> Телевидение как инструмент формирования феномена политического знания молодежи (опыт регионального исследования) .....	216
<b>Юмашева Н.В.</b> Социальные функции детско-юношеской журналистики .....	222

## **Часть II. Медиаобразование: практический аспект**

### **Глава I. Средства массовой информации и читательская культура: проблемы и пути решения**

К вопросу о кризисе читательской культуры .....	226
Отчет по социологическому исследованию «Роль СМИ в повышении уровня читательской компетентности молодежи» .....	228
Томский медиарынок и чтение: экспертный взгляд на проблему .....	240
Как вернуть молодого читателя газете и книге. Рекомендации для редакционных коллективов .....	244

## **Глава II. Опыт практического применения медиаобразовательных технологий с целью повышения читательской культуры**

<b>Бесова Е.С.</b> Зачем подросткам юнкоровские СМИ? .....	246
<b>Кузьмин Е.И.</b> Родители не знают, что предлагать читать своим детям кроме того, что читали сами .....	250
<b>Куренкова В.А.</b> Использование медиаобразовательных технологий в формировании детской творческой инициативы .....	253
<b>Иглова Н.В., Сенникова И.А., Чукина И.А.</b> Инновационно-проектная деятельность образовательного учреждения по формированию информационной службы как отражение актуальных требований времени .....	261
<b>Никиенко О.Г.</b> О бедном поэте замолвите слово .....	264
<b>Хатькова С.А.</b> Феномен «нечтения» .....	267
<b>Шафер Г.М.</b> Скорая библиотечная помощь .....	271
<b>Щербакова Е.А.</b> Модель библиотеки риторических знаний и стараний журналиста-оратора от «А» до «Я» .....	274

## **Глава III. Работы конкурса эссе «Моя школьная библиотека» .....**

283

<b>Приложение 1</b> Положение о Городском читательском конкурсе «Читай и думай» .....	305
<b>Приложение 2</b> Вопросы конкурса «Читай и думай» .....	308
Сведения об авторах .....	334

## ОТ СОСТАВИТЕЛЯ

В современном медиапространстве по-новому складываются отношения всех участников процесса коммуникации. Меняются традиционные роли, стратегии и векторы развития. Особенно чутко на происходящее реагирует молодежная аудитория. Как наиболее мобильная и подвижная, она быстро меняет медиапредпочтения и конструирует свою медиареальность, создает свои неформальные медиа. Этому способствует коммерциализация средств массовой информации, которая вытесняет молодежную аудиторию с ее интересами на периферию медиарынка. Сегодня СМИ в значительной степени утратили воспитательную функцию, сменив ее на функции развлечения и удовлетворения потребностей.

Как нам представляется, чтобы повлиять на ситуацию и получить положительную оценку, целесообразно подойти к проблеме с другого конца – попытаться изменить отношения между аудиторией и СМИ. Оптимизация этих отношений может произойти через реформирование не СМИ, а аудитории. Одним из эффективных способов такого вмешательства является медиаобразование аудитории, от реализации которого во многом зависит будущее и СМИ, и молодежи.

Медиаобразование, как набор технологий для обучения молодого поколения самостоятельному восприятию средств массовой информации, сегодня как никогда актуально. Это умение поставить СМИ на службу людям, извлекать из них наиболее ценное, а также активно участвовать в создании собственных медиапродуктов.

Медиаобразованная и медиаактивная молодежь сможет, критически оценивая работу журналистов, отличая миф от реальности, понимая природу манипуляций, осмыслить и сформулировать свои мироощущения и профессионально предъявить свои запросы медиаотрасли.

В сфере масс-медиа возникает новая медиаобразовательная концепция, в рамках которой речь идет об усилении влияния аудитории на средства массовой информации в целом и на журналистику, в частности. Соответственно возникает пробле-

ма медиаобразования молодежной аудитории, ее самоидентификации и самопроявления. Этот процесс может происходить в условиях взаимного повышения медиакомпетентности, медиаграмотности потребителей и производителей информационного продукта, когда меняется, в первую очередь, сама аудитория, а затем, естественно и эволюционно, меняются и СМИ.

Реализация функции медиаобразования позволяет СМИ гармонизировать свои отношения с аудиторией. В свою очередь молодежная аудитория приобретает способность профессионального выражения своих интересов, с которыми вынуждены будут считаться СМИ.

Медиаобразование – это новая парадигма существования СМИ, особая социальная функция, которая может быть реализована только совместными усилиями журналистского сообщества, социально ответственного бизнеса, власти, гражданского общества в целом.

Сама по себе необходимость медиаобразования в нашем медиатизированном мире сегодня уже никем не оспаривается. Многие международные организации – ЮНЕСКО, Совет Европы – неоднократно ставили задачу просвещения и образования в сфере СМИ. По существу, речь идет о развитии у молодежи понимания деятельности СМИ как необходимого элемента общественной жизни. Журналистика, по поводу которой и формируются определенные представления, не может не участвовать в этом процессе.

Таким образом, можно зафиксировать, что в последние годы медиаобразование выходит на высокий теоретический уровень, без развития которого невозможно не только упорядочивание уже накопленных знаний, но и движение этой новой науки вперед. Опираясь в своей теоретической части на концепции медиа, культурологии, истории и эстетики, идеологи медиаобразования по-прежнему находятся в поиске более точных понятий, концепций и принципов. Одним из наиболее успешных методов для разработки фундаментальных принципов науки является проведение конференций и семинаров, на которых обсуждаются задачи, цели и основные концепты знания. Особенно это актуально для России, в которой наступил период особого интереса к медиаобразованию, поэтому столь важно,

чтобы все, кто имеет отношение к медиакультуре, сфере коммуникаций, нашли общие подходы, определились с понятийным аппаратом, договорились о системном взаимодействии.

Сборник представленных материалов позволяет решить не только задачи теоретического осмысления медиаобразования, но и показать, как эти теоретические выкладки преломляются в практическом опыте медиапедагогов. Практическая составляющая изучения медиаобразовательных технологий в СМИ стала одной из отличительных особенностей томских конференций по медиаобразованию.

**Часть I.**  
**Медиаобразование:**  
**теоретический аспект**

**Глава I. Медиаобразование  
и современная культура**

**В. Е. Беленко**

*Новосибирский государственный университет*

**Новое информационное пространство:  
вызовы сложившимся представлениям**

Информационные каналы, попавшие в поле зрения исследователей-коммуникативистов сравнительно недавно – не более десяти лет назад, – заставляют пересматривать традиционные подходы не только собственно к тому, какое место эти каналы занимают среди сложившихся способов получения людьми опосредованной информации, но и к тому – что вообще такое массовая коммуникация, журналистика, какие ее черты и качества являются сущностными, какие – периферийными, а какие вообще стали неактуальными перед вызовами, ставших уже распространенными, социальных практик.

Еще в 2005 г. во всероссийском опросе ВЦИОМ [2], выяснилось, что каждый десятый россиянин предпочитает<sup>1</sup> получать информацию через Интернет. Причем среди жителей столиц Интернет уже тогда был более популярен, чем центральные газеты.

Однако общее количество пользователей Интернета еще невелико: в 2006 г. в России только 23% населения (для сравнения: в Швеции – 77%, Великобритании – 62%, Германии – 61%) [6]. Причем в Сибирском регионе количество людей, пользующихся всемирной компьютерной сетью еще меньше среднего российского [6]. Тем не менее в ближайшие годы аналитики ожидают резкого увеличения темпов прироста суточной аудитории. Причина – распространение и удешевление скоростного

## Медиаобразование: от теории – к практике

Интернета в регионах. В итоге, по прогнозам MForum Analytics [3], суточная аудитория Интернета в России к концу 2010 г. превысит 21 млн. человек, проникновение по числу пользователей составит 15%, по количеству домохозяйств – 29%.

Не оставляет сомнений: тенденция такова, что медийная активность, чем дальше, тем больше, перетекает в Интернет. Это прекрасно понимают медиахолдинги, стремясь уже сегодня найти и занять в Сети перспективную информационную нишу: запуская (покупая) перспективные проекты, или выделяя свои интернет-проекты в отдельные подразделения, подчеркивая их значимость и самостоятельность.

Если сравнить наиболее посещаемые медийные ресурсы Рунета в начале 2006 и 2008 гг. (см. табл. 1), то можно сделать следующие выводы: 1) этот рынок достаточно стабилен и лидерство «держат» практически одни и те же ресурсы; 2) количество посетителей исчисляется миллионами, что вполне сопоставимо с тиражами печатных СМИ; 3) за два года количество посетителей стало больше в полтора раза.

**Таблица 1**

### 15 самых посещаемых СМИ Рунета

(14.12.2007 – 12.01.2008)

(1.01.2006 – 30.01.2006)

**Источник: Rambler's Top100**

Ресурс	Хиты (главная страница)	Посетители (главная страница)
РБК	17653 699	7 091 312
Lenta.ru	10374 373	5 240 327
NEWSru	6 116 945	2 691 483
КМ.RU	6 325 961	2 772 632
ВЗГЛЯД	4 358 177	3 086 529
КП	4 057 003	2 622 669
ДНИ.РУ	3 763 539	2 534 351
Газета.Ru	4 281 092	2 089 750
Новости@ Mail.Ru	2 273 870	1 830 791

Ресурс	Хиты (главная страница)	Посетители (главная страница)
РБК	13 415 615	4 621 659
Lenta.ru	6 554 037	3 142 664
NEWSru	5 555 382	2 661 578
Утро.ру	5 049 009	3 091 848
Газета.Ru	4 902 331	2 144 758
КМ.RU	4 533 930	2 547 928
ВЗГЛЯД	4 497 860	3 467 076
ДНИ.РУ	2 820 765	1 877 132
Top.rbc.ru	2 533 512	1 823 825

## Медиаобразование: от теории – к практике

МК	3 169 711	1 770 561
REGNUM	2 245 319	1 640 232
РИА Ново-сти	2 362 568	1 610 064
Труд	1 779 230	1 439 658
Известия	3 748 883	1 308 320
'Правда. Ру'	1 623 693	1 197 598

КП	2 214 899	1 291 200
'Правда. Ру'	2 090 930	1 438 489
Известия	1 419 689	994 148
РИА Ново-сти	1 227 321	791 942
Страна.ру	1 222 812	847 946
МК	1 079 507	798 434

Традиционная типология средств массовой информации, представленных в Интернете, такова:

- Интернет-версии «традиционных» СМИ
- Самостоятельные интернет-СМИ
- Порталы (в которых информационно-новостная составляющая выступает одним из элементов).

Однако парадокс заключается в том, что, когда речь идет об Интернет-версии какого-либо СМИ, наиболее успешны именно те проекты, которые нельзя назвать в полном смысле слова «версией», аналогом. Действительно, традиционные издания стараются выйти в онлайн, привлечь тем самым молодежную аудиторию. ИД «Комсомольская правда» одним из первых отказался от электронных калек газет «КП» и «Советский спорт», заменив их, по существу, параллельными бумажным изданиям продуктами. На обновленном сайте «Комсомолки», например, стали публиковаться новости и статьи, специально написанные для интернет-ресурса, разместился архив с материалами и фотографиями печатного номера. Акцент был сделан на новостях. С появлением новостной ленты она стала активно конкурировать не только на рынке печатных СМИ, но и среди онлайн-изданий. За 2007 г. показатель посетителей [www.kp.ru](http://www.kp.ru) вырос на 91%.

Открываем сайт «Комсомольской правды». Сразу же под заглавием ресурса нам предлагаются варианты `war-grps`, `pda`, `pdf`, `rss`, `smart-edition`. Вверху сайта легко обнаруживаются более-менее традиционные рубрики. Три материала на главной странице, похожей на новостную ленту с большим количеством иллюстраций, содержат в квадратных скобках заметную подпись «видео» (вот она конвергенция в действии!). Несколько предлагают таким же образом оформленные дополнительные

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

материалы. Например, к статье о Дарвиновской премии прилагается список победителей. Отдельным блоком идут спецпроекты, прогноз погода, афиша, справочная информация. Можно выбрать регион – и увидеть материалы, например, новосибирской редакции «Комсомолки».

Активными участниками медийного рынка стали Интернет-компании «Яндекс», «Rambler Media» и «Mail.ru», которые еще совсем недавно не присутствовали на рынке средств массовой информации.

Возник новый термин, характеризующий современное состояние Всемирной Сети: Веб 2.0. Его принято связывать со статьей Tim O'Reilly «What Is Web 2.0» от 30 сентября 2005 г., впервые опубликованной на русском языке в журнале «Компьютерра» [5]. Основной принцип – веб как платформа, которая позволяет создавать сервисы, усиливающие веб-технологии за счет «коллективного разума».

То, что общество привыкло называть журналистикой: сбор, обработка и распространение информации по каналам масс-медиа, – меняет свои привычные очертания. Она имеет все шансы стать массовой не только на стороне «получателя», но и на стороне «создателя». Со времен «событий 9/11» информационное пространство сильно изменилось. Тогда Интернет был просто источником дополнительной информации, к которой обращались для выяснения подробностей того, что показывают по ТВ. Но уже тогда сайты основных информационных агентств надолго «упали» от внезапного наплыва посетителей. Спустя четыре года лондонские «события 7/7» (теракты в Лондоне) продемонстрировали, что ситуация изменилась. BBC распространяло контент, полученный с камерофонов. Газеты и телеканалы воспроизводили фотографии и микроролики, снятые мобильными телефонами или цифровыми мыльницами. Коллективный информационный проект Wikinews оказался не менее, если не более, оперативным, чем традиционные медиа.

Блоги стали, пожалуй, самой известной формой изложения событий или ощущений автора. Они превратились в разновидность групповой (учитывая возможность создания сообществ) или даже массовой (в зависимости от поставленных автором задач и самой личности автора) коммуникации.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

В исследовании Yandex`а «Состояние блогосферы российского интернета» приводятся сведения о том, что в 2007 г. в Рунете было более 2 млн. блогов (впрочем, далеко не все из них обновлялись). Российские блоггеры ежедневно оставляли примерно по 160 тысяч новых записей. Темпы роста количества дневников было очень высоким, однако в мировом Интернете доля русских блогов все же оставалась скромной и в 2007 г. не превышала 3%. «Медиасайты старого формата рассматривают индивидуальные блоги как конкурентов, но соперничество ведется не с конкретным блоггом, а с блогосферой в целом. Это столкновение не сайтов, а бизнес-моделей. Мир Веба 2.0 – это также мир, который Дэн Гилмор назвал «мы, медиа». «Мир, в котором аудитория решает, что действительно важно» – писал Тим О’Рейли.

Для отечественной блогосферы, как и для мировой, характерно распространение информации через отдельных «звезд» виртуального сообщества, которыми зачастую оказываются журналисты. В 2007 г. тысячу самых популярных русскоязычных блогов читало более двухсот тысяч других блоггеров [4].

Любопытно, что компания «Суп» (создана в 2006 г. бывшим совладельцем ИД «Афиша» Эндрю Полсоном и предпринимателем Александром Мамутом), ранее владевшая правами на развитие и обслуживание кириллического сегмента LiveJournal, в 2007 г. приобрела компанию LiveJournal Inc. со штаб-квартирой в Сан-Франциско, управляющей мировым LiveJournal (LJ). Считается, что в западных странах LJ теряет свои позиции в пользу социальных сетей (MySpace и MSN Spaces). В России социальные сети тоже на пике популярности («Одноклассники» и «В контакте»), и количество их пользователей прирастает более быстрыми темпами. Однако ЖЖ представляет собой уже сформированное сообщество с прочной аудиторией.

Набирает силу и еще более молодое средство коммуникации: мобильный телефон. Ведущие мировые СМИ уже сегодня очень серьезно относятся к мобильным каналам передачи не только личной, но и массовой информации. В России практика работы газет в мобильном информационном пространстве тоже существует.

Одним из первых мобильных информационных сервисов был «Хамелеон» («ВымпелКома»), запущенный в 2005 г. Технология следующая – заголовки (так называемые тизеры) различных

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

«информашек» появляются на экране в то время, когда телефон не используется. Если заголовок не заинтересовал, он исчезает с экрана и сменяется другим. Если же тизер привлек внимание, надо нажать клавишу ОК. Заголовки бесплатны, а вот за «полный» контент надо платить. Только в течение пяти месяцев после запуска сервиса им воспользовались 7 млн. человек [1].

В 2006 г. «Комсомольская правда» начала выпуск цветной версии «КП» WML2.0 для мобильных телефонов. По мобильному телефону можно увидеть все материалы ежедневного и еженедельного номеров «КП» с иллюстрациями, пролистать слайдшоу, принять участие в фотоконкурсах, проголосовать за «Мисс КП» и т.д. По мобильному телефону доступен и архив газеты.

В декабре 2006 г. на рынке появилась «SMS-газета – газета SMS-объявлений» – своеобразный аналог популярных газет рекламных объявлений «Из рук в руки». Бизнес-модель издания довольно проста: любой абонент сотовой связи может отправить в газету объявление в виде SMS-сообщения, за которое взимается дополнительная плата. Выручку от размещения объявлений оператор связи и издатель делят поровну, а бумажная версия газеты распространяется бесплатно в местах большого скопления потенциальных читателей.

Новости в форме SMS-сообщений предоставляют практически все информационные программы телевидения. В ноябре 2007 г. запущена новая услуга для клиентов и читателей РИА Новости – SMS-молния (короткие сообщения о важнейших событиях и происшествиях в России и за рубежом). Режим вещания – одна-две горячие новости в сутки, в случае экстренных событий до трех-четырёх сообщений с развитием событий. Стоимость подписки – около 200 рублей в месяц.

Холдинг «Проф-Медиа» первым [7] среди диверсифицированных медиахолдингов приступил к комплексному использованию потенциала mobile media. В партнерстве с группой компаний «Plastic Media» в 2005 г. был создан контент-провайдер полного цикла, – компания «Media Interactive» – специализирующийся на предоставлении SMS, MMS, Java и IVR услуг в печатных СМИ, на радио, телевидении и в других медиасредах. Обслуживая на эксклюзивной основе две крупные медиаконпании: «Проф-Медиа» и «Independent Media», – «Media

## Медиаобразование: от теории – к практике

Interactive» имеет хорошие шансы занять на этом рынке лидирующее положение.

Так все-таки: мобильный телефон в лекционных курсах для журналистов и, скажем, PR-щиков уже принято рассматривать как средство именно массовой, а не только межличностной, коммуникации? А журналист – это по-прежнему только лицо, уполномоченное редакцией зарегистрированного СМИ, и не кто иной? А что тогда такое журналистика вообще: в учебных программах уже найдено место для «народной», «гражданской», «веб-два-нолевской» журналистики?

Охарактеризованное состояние медийной составляющей (без радио и телевидения) нового информационного пространства, которое формирует Интернет и mobile media, рождает некоторые методологические затруднения, заставляет корректировать даже самые базовые темы учебных курсов. Не говоря уже о том, что подготовка ко всем семинарам и лекциям, касающимся современных СМИ, превращается в постоянное «просеивание» информации открытых источников, наталкивая на вывод вполне в духе кэрролловской Алисы: приходится все время бежать быстрее, чтобы поспевать за настоящим.

### **Примечания**

<sup>1</sup>Задавался вопрос: «Какими источниками информации Вы пользуетесь чаще всего?»

### **Литература**

1. Бахвалов Т., Вильянов С. Два бойца // Компьютерра. – 2005 г. – № 37.
2. ВЦИОМ. – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/2370.html> ., свободный.
3. Дементьев А. В Интернет каждый день // РБК-daily. – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/2007/10/23/media/299499> ., свободный.
4. Насакин Р. Блоги и цифры // Компьютерра. – 2007 г. – №24.
5. О’Рейли Т. Что такое Web 2.0 // Компьютерра. – 2005 г. – № 37, 38.
6. Опросы «Интернет в России / Россия в Интернете» // Фонд

## Медиаобразование: от теории – к практике

Общественное мнение. – Выпуск 16, лето 2006. – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://bd.fom.ru/report/cat/humdrum/transport/internet/int0603#>., свободный.

7. Российский рынок периодической печати, 2007 год. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, г. Москва, май 2007 года. – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: [http://www.farpmc.ru/files/download/290\\_file.zip](http://www.farpmc.ru/files/download/290_file.zip)., свободный.

8. Состояние блогосферы российского интернета // Yandex. – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: [download.yandex.ru/company/yandex\\_on\\_blogosphere\\_autumn\\_2007.pdf](http://download.yandex.ru/company/yandex_on_blogosphere_autumn_2007.pdf)., свободный.

**Н. В. Брюханцева**

*Томский государственный педагогический университет*

### **Идеалы, идолы и ценности в современном медиапространстве**

Массмедийные технологии сегодня вовлекают в сферу своего влияния фактически каждого, живущего на планете. Характеристики данных технологий заключаются в трёх проявлениях: мозаичность, серийность и дискретность. Мозаичность позволяет дать огромное количество информации за небольшой объём времени, серийность является специфическим способом выстраивания и подачи информации. Дискретность является упрощённым способом получения информации. Все эти характеристики позволяют человеку получать и работать с информацией так, как, на первый взгляд, ему кажется очень просто. На самом деле человек находится в сложной ситуации постоянного выбора, требующего дополнительных знаний, ценностных установок, которые необходимы для принятия верного решения в использовании жизненно важной информации.

Проблемы современной цивилизации порождены разрушением идеологии, – комплексом идей, концепций, идеалов – с помощью которой человек понимает, принимает общество, его социальный порядок и самого себя в этом социальном пространстве. Любая идеология стремится объяснить и обосновать тот социальный и политический порядок, который она защищает, через апелляцию к естественным законам. Идеология становится фактором формирования человека, идеалы, созданные ею, выполняют эту же функцию, особенно если они внедряются с помощью системы образования и средств массовой информации в массовое сознание постоянно развивающегося общества.

Системный кризис конца XX – начала XXI веков, который поразил важнейшие сферы духовной жизни человечества – науку, религию, образование – культуру в целом, привел к расколу материально-духовного единства человека и пространства цивилизации. Ещё в начале XX века экспансия науки во все сферы социальной деятельности стала сопровождаться ростом пре-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

стижа так называемой «научной культуры», представление о которой содержательно наполнялось идеалами и надеждами, взлелеянными ещё во времена Просвещения. Это привело к иллюзиям, будто только распространение и укоренение науки (рационального знания) и её методов ведёт к решению всех коренных проблем жизни общества в разнообразных сферах культуры – духовной, социальной, политической и т.д. Это питало веру в абсолютную ценность научной культуры, и судьбы духовной жизни общества связывались именно с нею. Уже в начале века постепенно сложилось представление о двух культурах: гуманитарной – традиционной, и сугубо научной – современной, новой. Прямолинейная экстраполяция форм и методов науки на все сферы духовной деятельности привела к потере духовности, её особых функций в жизни человека и общества. Подобная утрата весьма отрицательно сказалась и продолжает влиять на процесс формирования человеческой личности.

Духовная культура возникла и развивается на основе труда, но труда специфического – внутреннего, скрытого, духовного, не всегда дающего возможность увидеть результат сразу. Духовная сфера сегодня – сфера вполне упорядоченная, организованная, познаваемая и порой ложно оцениваемая как познанная. Природа, история, культура снабдили нас многим необходимым, чтобы мы могли отличать прекрасное от безобразного, благородное от подлого, чтобы чувствовать любовь и ненависть, счастье и горе, мучиться от укоров совести, сострадать окружающим, стремиться к свободе и так далее. Естественно, что разум и объективная наука могут и должны помочь нам познать самих себя, но в изоляции от душевных движений логика и точные методы будут изучать только то, что можно подсчитать и взвесить. Порыв духа может быть оценен как бессмысленное явление, поскольку измерить его невозможно, по крайней мере, так это выглядит на сегодняшний день. С одной стороны мы понимаем, что медийные технологии в этом смысле могут стать помощниками человека. В реальности же мы получаем неоднозначный результат – вместе с положительным технологии активно распространяют и отрицательное действие на личность и социум в целом.

Современное положение духовной жизни планеты Э. Тоффлер сравнивает с водоворотом, который сталкивает противо-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

положные восприятия, сотрясает нашу духовную вселенную и каждый день приносит новые причуды, научные открытия, религиозные и общественные движения и выступления [7, С. 465]. Для того чтобы разобраться в духовных состояниях, противоречиях и идеологических конфликтах, необходимо вспомнить, что духовная жизнь состоит из единства многообразного, которое охватывает процессы не только сознательного, но и бессознательного в индивидуальной и социальной сторонах человека и общества. В свою очередь, они также многоплановы по формам своего существования и проявления.

Современный человек допускает, что изменения совершаются постоянно, и внутри каждой вещи происходит движение, но, поскольку этот процесс недоступен непосредственному ощущению, то познание возможно при условии создания умозрительных разнообразных ситуаций. Только посредством подобных процессов активного манипулирования с объектами, категориями, желаниями, идеалами, человек открывает для себя свойства существующего мира и собственной личности. Плодом данной концепции верного пути познания человек обозначил грандиозное преобразование отношения человечества к природному миру и создал собственный мир. Все этапы развития цивилизации создавались на знаниях, заблуждениях, идеалах, желаниях, смелости человека. В XIX веке был создан [7.С. 41] ясный образ будущего. Человечество чувствовало, что история движется к окончательной победе индустриализма над немеханизированным сельским хозяйством и предвидело с довольно значительной точностью многие изменения, которые должна была принести с собой Вторая волна: более мощные технологии, более крупные города, более быстрый транспорт, массовое образование. Кардинальное изменение жизни человека во времени Третьей волны явно обозначило заблуждения человечества относительно приоритетности рационального знания.

Литература, посвященная проблеме идеального в духовной и материальной видах деятельности, утверждает, что подлинные открытия, изобретения, произведения всегда являются продуктом развитых идеальных представлений, глубоких знаний. Исключения бывают редко. На наш взгляд, не менее важно то, что с помощью идеальных представлений

## Медиаобразование: от теории – к практике

возможно не только создание, но и восприятие мира, его понимание и воздействие на человека. Посредством идеальных образов реализуется познавательная, нравственная, материальная и эстетическая потребности, которые сливаются со стремлением выразить своё мироощущение гармонизации мира с мерой человеческого совершенства и существования. Необходимо подчеркнуть тот факт, что медийные технологии прежде всего работают с образом. Они его могут создать, а могут разрушить. Именно поэтому необходимо осознать и определить уровень ответственности за создание образов, «запущенных» в массовую культуру. Осознанный идеал становится разумной творческой силой, которая направлена, в том числе, на осмысление и познание действительности. Для правильного понимания смысла, который вкладывается в это понятие, важно иметь в виду, что речь идёт о неосознанном, но разумном в своей основе стремлении человека, которое следует связывать прежде всего с развитием его умственных и духовных способностей. На всех этапах, особенно ранних, развития духовности ум проявляется через стремление к идеалу. Воображение в этом случае, действует и проявляется как ум. Не случайно, когда речь идет об идеале как познавательной способности, употребляется понятие «ум-воображение» [1, С. 133]. В современной действительности происходят события, не стимулирующие развитие идеала, а, наоборот, способствующие принятию и использованию уже кем-то созданных стандартных, порой циничных норм. Эта предпосылка создаёт условия для отдаления человека от необходимой способности полноценного развития. Если учитывать, что только в творчестве человек имеет возможность реализоваться, значит, отсутствие творчества лишает его наполненной, полноценной жизни. Заметим, что большее количество профессий, существующих на сегодняшний день, далеки от творчества, монотонны, не интересны. Присутствие творчества в жизни каждого человека обязательно, поскольку именно это обеспечивает его физическое, моральное и психическое здоровье. Следовательно, ему необходимо создавать нечто, что позволит сохранять и реализовывать себя. Это идеальная модель существования современного

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

человека, которую выделил в своё время Конфуций, соединяет порядок в обществе с «порядком» в каждом человеке. Модели создаются благодаря деятельности фантазии, которая формирует тот идеал, к которому необходимо стремиться, создавая «новое», более совершенное будущее.

Идеал, благодаря фантазии, направлен в сторону интеллектуальной инверсии, переворачивает логический мир и может представить ни на что не похожий результат. Подсознательные порывы, желания человека уже создали небывалые варианты игры реальностей, опрокидывающих обычное понимание человека. Идеал создаёт новых героев и ситуации, обладает особой способностью заставлять думать и чувствовать изменения. Современный мир настолько разнообразен, связей так много и они настолько запутаны, что только идеал порой может помочь найти выход из сложных, почти тупиковых состояний человека и человечества. Идеальное оказывает положительное и оптимистическое влияние на эмоции и существование личности, элемент идеального служит неким катализатором, в присутствии которого сама жизнь происходит заметно, значимо, интересно. С каждым годом XXI века человек всё больше сомневается в том, что именно он – венец творения, поскольку с каждым годом он всё более становится потребителем, утрачивая собственное назначение в индустриальном, затем постиндустриальном обществах.

Не случайно, XVII век, обращаясь к проблеме идеала, широко использовал утопию. Категория «утопия» образована соединением греческих слов, обозначающих «нет» и «место», в результате чего получается смысл – «места, которого нет» [8, С. 212]. Словесный «кентавр», раскрывает сущность одной из новых общекультурных концепций «четвёртого измерения культуры», которой нет, значит, верить в неё нет смысла. Не нужно верить в фантазии и идеалы, они в лучшем случае уводят в сторону рационального человека, а в худшем – обманывают и уничтожают. Так цивилизация сформировала снисходительное и отрицательное отношение к идеалу и всему, что с ним связано: фантазии, бессознательному, не рациональному, не совсем понятному, неизвестному.

П. Успенский, считающий, что если человек мог бы осознать всё, что он когда-либо воспринял, то нашёл бы себя в недвижимой вселенной «четвёртого измерения». Подобными соображениями

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

делится О. Шпенглер в «органицистской» теории, близкие идеи высказывает А. Тойнби, развивающий концепцию «интеллектуального поля». Если утопию как приём широко использовало человечество до XX века, начиная с этого периода появляется и развивается антиутопия, где применяются дополнительные приёмы, фантазия – иллюзия пережитой реальности, а XX век характеризуется веком освоенных пространств. Антиутопию сегодня можно охарактеризовать как своеобразную идеологию существования, «свехтекст» или «гипертекст», где присутствует ощущение кошмара, замкнутость пространства, неверие в идеал, безысходность бытия человека. Но идеал необходим, его требует время и человечество, так сложно существующее уже в XXI веке, осознание этой проблемы уже началось. Важно понять, что идеал не возникает сам собой, необходимы его поиски, формирование с учётом проблем, задач, современной действительности, целей и перспектив человека, человечества, цивилизации.

В качестве всеобщей формы целеполагающей деятельности идеал выступает во всех областях общественной жизни – социальной, политической, нравственной, эстетической и т. д. Категория идеала обладает глубоким социальным значением. Идеал как состояние возможного достижения совершенства, представляемое уже сегодня, характеризуется возможностью преодоления трудностей и противоречий на пути совершенствования. Внутри индивида это состояние выражается в гармонизации противоречий между всеобщим и единичным, целым и частью, долгом и увлечением. Каждый шаг в развитии самого себя – это реализация того идеала, который смутно или четко обозначен в сознании человека, сформирован общественным мнением социума. Идеал, как горизонт, всё время отодвигается в будущее по мере приближения к нему [3. С. 205]. Современный человек уже осознал, что он вынужден стать уникальным и непохожим ни на кого во всех сферах деятельности, если он желает стать известным или просто заметным. С помощью современных технологий он может творить новые варианты нового знания, ему только необходимо осуществить выбор в матрице его индивидуальной подготовленности, интересов, идеалов. Ответственность современного человека за его выбор, квалификацию и качество собственного идеала возрастает. Способ

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

существования и развития мышления человека является моделью открытого знания, которое имеет высокую скорость обмена, вновь рождает новые идеи, формирует постоянно растущее знание и многочисленную информацию.

Ценностные устои человека и общества всегда привлекали внимание специалистов разных направлений – от психологов до психиатров и политиков. Резкие повороты в развитии общества, глобальные социальные катаклизмы и революции крайне неблагоприятно сказываются на состоянии системы идеалов и ценностей, что приводит к серьёзным социально-психологическим последствиям, влияет на физическое здоровье людей, духовное благополучие общества в целом. Кардинальная перестройка социальной системы и произошедшие за последнее десятилетие экономические и демографические изменения в российском социуме, потребовали переоценки многих базовых критериев, долгое время определявших формирование и развитие национального самосознания в нашей стране. На протяжении нескольких десятилетий в России официально декларировались высокие духовные ценности, которые ориентировали личность на постоянное саморазвитие и социальное совершенствование. Личность оценивалась как продукт общественных отношений, и это понимание считалось определяющим в работе с подрастающим поколением. В «перестроечный» период произошёл глобальный моральный переворот, в результате которого выяснилось, что ценности «перестали работать», перестали быть ценностями. Сегодня на смену пришли совершенно другие «ценности» – ложь, беспринципность, лицемерие, цинизм. Таким образом, социальные перемены, происходящие и сегодня в российском обществе, постепенно приводят к утверждению в общественном сознании совершенно иной системы ценностей и идеалов, которые порой навязываются средствами массовой информации. Идеологические инновации сегодня требуют конкретизации, поскольку в лучшем случае они превращаются в программные проекты разнонаправленной деятельности. В истории каждый этап является приспособлением человека и социума к постоянно меняющимся условиям жизни, к изменению темпов и характера жизнедеятельности. Сформулированные на каждом историческом этапе цели, идеалы отражают, по сути, масштабы и глубину освоения человеком реального

## Медиаобразование: от теории – к практике

мира, уровень и форму, качество способности людей организовывать человеческий мир. В современных условиях в очередной раз может стать единственно эффективной «наукой выживания» и креативным началом программ выживания не только ломка цивилизационных механизмов развития, которые явно устарели и не способствуют развитию и выживанию человечества, но и создание тех идеалов, существование без которых невозможно. Время разрушать закончилось, необходимо строить. В аспекте динамики нового знания о человеке и его ценностных ориентирах важно подчеркнуть не только возможности, но и необходимость становления современного знания о проблемах формирования и переформирования мировоззрения человека. Экзистенциальные противоречия всегда приводят к новым потребностям, заставляют человека испытывать себя, узнавать открывающиеся возможности и перспективы, расширять их пределы, что требует новых и новых исследований о том, что заставляет человека идти вперёд. Медиа технологии в этом смысле, естественно должны быть активно использованы, но уровень ответственности, качество подачи информации, её идеология и направленность должны стать тщательно взвешены, продуманы. Широкое медиаобразование станет замечательной возможностью для успешного развития культуры человека и социума.

### **Литература**

1. Голосовкер Я. Э. Логика мифа. – М.: Наука, 1986. – 216 с.
2. Дьюи Д. Реконструкция в философии. Проблемы человека. – М.: Республика, 2003. – 494 с.
3. Ильенков Э. В. Философия и культура. – М.: Политиздат, 1991. – 464 с.
4. Кара-Мурза С. Г. Идеология и мать её наука. – М.: Алгоритм, 2002. – 256 с.
5. Кургинян С. И. Пузырь. // Россия XXI век. – 2008 – № 1.
6. Лапицкий М. А. основы деловой культуры США – возвращаясь к истокам. // Россия XXI век. – 2008. – № 1.
7. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 1999. – 464 с.
8. Чучин-Русов А. Е. Прошлое обречено стать будущим. // Звезда. – 2000. – № 11. – С. 210 – 219.

## Медиаобразование: от теории – к практике

**А. А. Данилов**

*Чувашский государственный университет  
имени И.Н. Ульянова.*

### **Образовательно-культурные программы телевидения в медиaprостранстве региона: исторические истоки и тенденции эпохи**

Тематика передач местного ТВ советского периода определялась программными докладами, которые обнародовались в ходе регулярных съездов КПСС и публиковались в ведущих печатных изданиях страны. Таким образом, задача местных студий ТВ заключалась в пропаганде решений съездов. Собственно, в советский период, все существование СМИ было связано с политикой и их главной и определяющей задачей являлось формирование идеологических установок у населения – пропаганда. Совокупность радио, телевидения и печати так и назывались – средствами массовой информации и пропаганды.

По мнению М. Лесина, министра по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций РФ, который в 2000 г. дал интервью Радио «Свобода», в современных демократических условиях также сохраняется тенденция влияния на общественное мнение, формирование идеологии – пропаганда, как бы не вуалировали данное понятие под информационным противоборством, идеологическими войнами, но суть остается неизменной – «обыкновенная пропаганда собственных действий». Сложно не согласиться с данной точкой зрения, поскольку любой политический строй изначально предполагает в себе пропаганду идеологических установок с целью сохранения существующего положения вещей.

Руководство телевидением в советский период осуществлял образованный 16 мая 1957 г. Комитет по РВ и ТВ при Совете Министров СССР. 12 июля 1970 г. переименован в Комитет по ТВ и РВ Совета Министров СССР. 5 июля 1978 г. комитет был выведен из подчинения Совета Министров, и на его основе был образован Комитет по ТВ и РВ. Данное ведомство контролировало идейно-политический и художественный уровень ТВ программ, развитие

## Медиаобразование: от теории – к практике

технической базы ТВ. Государственный комитет по РВ и ТВ при Совете Министров СССР осуществлял руководство телевидением посредством госкомитетов Советов Министров союзных республик по РВ и ТВ. Основными задачами комитета выступали:

- пропаганда марксизма-ленинизма, постановлений съездов коммунистической партии Советского Союза и пленумов ЦК КПСС, решений Правительства СССР;

- агитация населения на выполнение задач, поставленных советским государством, в частности, коммунистического строительства, научно-технического прогресса, народнохозяйственных планов, распространение передового опыта в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве и других отраслях народного хозяйства;

- «разоблачение» буржуазной идеологии, пропагандирование коммунистической идейности и морали;

- освещение внутренней и внешней политики КПСС и Советского правительства;

- популяризация лучших произведений советской и «дружественной» зарубежной литературы и искусства, классических произведений отечественной и мировой литературы и искусства;

- оперативное информирование о событиях в Советском Союзе и за рубежом;

- развитие ТВ, проведение единой технической политики и внедрение новейших достижений науки и техники в области ТВ.

В 1959 г. состоялся внеочередной XXI съезд КПСС, результатом которого явился семилетний план развития народного хозяйства СССР на 1959-1965 гг. Для его реализации партии требовался универсальный канал доставки необходимой информации до жителей всего Союза. В начале 1960-х гг. технологически этим каналом способно было стать ТВ. В это время окончательно сформировалась и упрочилась пропагандистская и организаторская роль ТВ, что повлекло за собой бурный рост местных телевизионных центров. Именно в это время телецентры появились в регионах.

При местных студиях ТВ по примеру ЦСТ были созданы 2 главные редакции:

- обществено-политических программ, куда вошли редакции по идеологии, промышленности, сельскому хозяйству, молодежи и редакция последних известий;

## Медиаобразование: от теории – к практике

– художественных программ, куда вошли литературно-драматическая, музыкальная, детская и киноредакция.

К редакциям были прикреплены режиссерские группы, кроме того, в создании телепередач участвовали художественно-постановочный цех, киносъёмочная группа, студийные операторы и другие сотрудники.

Редакция общественно-политических программ готовила передачи по коммунистической пропаганде населения, сюжеты для работников сельского хозяйства под различными рубриками, выступления новаторов и передовиков промышленного производства, передачи для молодой аудитории. Литературно-драматическая редакция популяризировала творчество мордовских писателей, знакомила со спектаклями музыкально-драматического, кукольного и народных театров, лучших самодеятельных коллективов. Выпускались телевизионные постановки по сценариям местных авторов и обменного фонда. Киноочерки посвящались выдающимся людям республики.

С момента создания местных студий ТВ вся деятельность была направлена на организацию пропаганды плана развития народного хозяйства СССР на 1959-1965 гг., что реализовалось в виде передач с говорящими названиями «Плюс химизация», «Химия – ударный фронт семилетки», «Живешь на селе – знай технику», «На путях технического прогресса» (в передаче принимали участие инженерно-технические работники, рационализаторы), «Ученые – сельскому хозяйству». В конце 1960-х гг., в связи с программой государства по более быстрому развитию сельского хозяйства, на местных студиях ТВ была организована агрозоотехническая школа («Телевизионная школа работников животноводства», «Телевизионная школа работников полеводства»). В передачах принимали участие ученые и специалисты, транслировались научно-популярные фильмы. В дальнейшем выпуски данной тематической передачи периодически возобновлялись.

При создании передач местные студии сотрудничали с учеными университетов, научных организаций, специалистами и руководителями Министерства сельского хозяйства, колхозов и совхозов, с органами партийно-государственного контроля, результатом чего являлась организация проверочных рейдов.

## Медиаобразование: от теории – к практике

Кроме того, студии организовали кинофестивали документальных и научно-популярных фильмов. В таком же ключе организовывала свою работу редакция ТВ-новостей, знакомявшая телезрителей с новой продукцией химических предприятий республики.

В 1960-е гг. в выпусках местных телевизионных новостей широко освещалась местная культурная жизнь. Редакция пропаганды периодически готовила специальные выпуски, различные материалы в других передачах по вопросам культурного развития. Культурное развитие регионов также занимало значительное место в программах литературно-драматической и музыкальной редакции. По стихам местных поэтов выходили циклы передач, писателями, поэтами, критиками рассматривались актуальные вопросы региональной литературы и искусства. Выходили также передачи, уделяющие внимание популяризации творчества коллективов местной художественной самодеятельности. Выдающимся актерам посвящались киночерки и передачи. Музыкальная редакция готовила в эфир передачи о национальном профессиональном и самодеятельном искусстве. В эфире регулярно выступали ведущие мастера исполнительного искусства. Регулярные рубрики знакомили телезрителей с талантливой молодежью. Циклы музыкальных передач рассказывали о музыкальной культуре местного населения. Также проводились циклы передач об изобразительном искусстве.

Программным документом XXIII съезда КПСС стал пятилетний план развития народного хозяйства в СССР на 1966-1970 гг. В этой связи задачи местного ТВ не претерпели серьезных изменений и по-прежнему заключались в организации и пропаганде решений партии. Также в этот период отмечалось 100-летие со дня рождения В.И. Ленина. Все это нашло отражение в телепрограммах местных студий ТВ.

В 1971 г. на тематическую направленность передач местных студий ТВ повлияло Постановление ЦК КПСС «О подготовке к 50-летию образования СССР». В связи с этим в эфире появились рубрики «К 50-летию образования СССР», «Союз нерушимый республик свободных», «В братской семье народов», документальные и художественные фильмы Туркменской, Узбекской,

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Латвийской, Киргизской, Татарской, Чувашской, Удмуртской, Коми АССР и других, раскрывающих тему братства народов. Выпуски ТВ новостей ежедневно рассказывали о подготовке к юбилею. Редакция пропаганды и народного хозяйства выпускала передачи под рубрикой «В созвездии братских республик».

С момента зарождения местного ТВ широкое распространение получила практика обмена телепередачами между автономными республиками и областями страны. Так, например, в 1977 г. в Мордовии были проведены телевизионные дни Чувашии и Горьковской области, журналисты Мордовского ТВ в свою очередь подготовили передачи для республики и области [2, С. 140]. Обмен происходил путем пересылки или выезда со своими программами в соседние области и автономные республики.

Идеологическая работа с населением шла непрерывно, в том числе и с распространителями идеологии – журналистами – в виде организации в региональных комитетах творческих семинаров, школ основ марксизма-ленинизма, школ коммунистического труда. Многие работники ТВ сами являлись членами и кандидатами в КПСС.

Системным документом, регламентирующим дальнейшую тематическую направленность передач ТВ в стране можно определить постановление ЦК КПСС от апреля 1979 г. «О дальнейшем улучшении идеологической, политико-воспитательной работы», в котором «точно сформулированы недостатки и упущения в работе СМИ и пропаганды, обозначены магистральные пути, по которым должно развиваться и углубляться воспитание нового человека» [цит. по 2, С. 114].

Традиционным стало освещение на местном ТВ дней культуры и искусства, встречи населения с театральными, музыкальными и танцевальными коллективами. Например, в Мордовской Республике освещались дни культуры Марийской и Чувашской автономных республик. Аналогичные Дни культуры проводились в других автономных республиках Поволжья.

В 1982 г. Башкирским комитетом по ТВ и РВ был проведен фестиваль ТВ программ телестудий Поволжья, посвященный 60-летию образования СССР. Фестиваль был организован в виде обмена телепрограммами на видеомагнитной ленте и

## Медиаобразование: от теории – к практике

телефильмами об изменениях в экономическом и социальном развитии республик, знаменитых людях, новостях и культурной жизни.

В конце 1980-х гг. в региональных ТВ-передачах основное внимание уделялось процессам второго этапа перестройки, затрагивающий сферу общественной жизнедеятельности. В этой связи готовились проблемные передачи, посвященные ходу реформы политической системы и всеобщей демократизации. В программах отражались факты социального развития общества, менялась общая тональность, мышление передач. Тем не менее, местное ТВ по-прежнему в своих передачах широко пропагандировало деятельность партийных органов. В качестве примера можно привести ряд рубрик, тем и названий передач, которые были ведущими в ТВ передачах в 1988 г. Среди них: «Решения XIX Всесоюзной партийной конференции – в жизнь», «Перестройка: этап практических дел», «В духе партийного товарищества», «Советы и перестройка», «Навстречу 70-летию Ленинского комсомола», «Шаги перестройки», «Курсом ускорения», «Земля родная», «Школа экономических знаний», «Литература и жизнь», «Искусство», «Говорит фестиваль», «Народное творчество», «Школьный меридиан», «Перестройка действует», «Экономический комментарий», «Интервью по письму», «Советы и жизнь», «Резервы идеологической работы», «Выбираю деревню на жительство», «Госприемка: день сегодняшний», «Актуальный микрофон» и др.

В 1990 г. деятельность региональных тележурналистов была связана, в первую очередь, с реализацией решений XXVII съезда КПСС, Пленумов ЦК партии, Съездов народных депутатов СССР. В это время активно шла переоценка ценностей, развитие так называемой «социалистической демократии». Всеобщая перестройка повлекла за собой реорганизацию структурных подразделений регионального ТВ.

1991 г. сопровождался значительными политическими изменениями, которые нашли отражение в телепередачах. В информационных выпусках и тематических передачах затрагивалась тема деятельности политических структур. Широко освещались подготовка и проведение референдумов, выборов президента РСФСР. Также в это время уже несколько лет подряд шли

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

программы объединенного тележурнала шести республик Поволжья и Приуралья «В семье единой» и радиожурнала «Между Волгой и Уралом».

Наглядным примером продукта, формирующего единое информационное пространство в регионах является радиожурнал «Между Волгой и Уралом», созданный в 1958 г. У его истоков стояли М.Ф. Долгов и Ф.Ф. Фазулзянов (Татарстан), П.Н. Николаев и А.А. Дурасов (Чувашия), З.И. Антоненко и Н.Ф. Рыбаков (Марий Эл), В.И. Юшкова, Т.М. Афанасьева и Ю.Ф. Кедров (Удмуртия), Г.В. Гузаиров и М.Г. Левитин (Башкирия), И.С. Пяткин и С.Д. Пронин (Мордовия). Подобный журнал-долгожитель не имеет аналогов в советской и российской истории, тем ценнее опыт его работы в реализации подобных проектов в ТВ-вещании.

В постсоветский период ТВ журналистика «подверглась существенным изменениям, как организационным и технологическим, так и публицистическим» [1, С. 3]. В результате, типологическая и жанровая структура тележурналистики несколько видоизменилась. В современной телевизионной журналистике идет трансформация традиционной, устоявшейся в советский период системы жанров. Происходит замена одних жанров другими, видоизменение, взаимодействие друг с другом. Существовавшая прежде типология жанров в современных реалиях не всегда адекватно отражает картину современной реальности [3, С. 18].

Таким образом, в советский и постсоветские периоды местное ТВ большое внимание уделяло важным датам и событиям в жизни страны и республики, деятелям литературы и искусства, героям Великой отечественной войны и труда. Кроме того, на телевидении создавались фильмы и киноочерки, ставились спектакли по произведениям местных писателей. Проводились телевизионные фестивали в различных регионах России. В современных условиях телевизионной продукции местным ГТРК приходится конкурировать с негосударственными коммерческими каналами. Такая ситуация складывается только в крупных городах и столицах регионов, поскольку частные ТВ каналы на сегодняшний день не имеют возможности вещать на всю территорию того или иного региона.

## Медиаобразование: от теории – к практике

### **Литература**

1. Антонова, В. И. Трансформации типологической и жанровой систем в современной журналистике (по материалам печатных изданий Поволжского региона) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / В. И. Антонова. – Казань, 2006.
2. Говорит и показывает Саранск. – Саранск, 1980.
3. Карапетян, Н. А. Специфика работы корреспондента службы новостей в региональных телекомпаниях (на материалах ГТРК «Карелия») : автореф. ... дис. канд. филол. наук / Н. А. Карапетян. – М., 2007.

**А. П. Данилов**

*Чувашский государственный университет имени  
И.Н. Ульянова*

### **Профессиональное медиаобразование: региональный опыт**

Начало XXI века характеризуется созданием мировой информационной структуры, превращением информации в экономическую категорию, развитием различных информационных технологий, в том числе и в сфере образования. Все большее число работающих занято подготовкой, передачей и обработкой информации. Возникновение глобальной и интерактивной системы коммуникаций, широкое проникновение прессы в жизнь всех слоев общества порождают проблему образования, направленного на развитие критического мышления, включая умение анализировать информацию разного рода. Современный рынок СМИ переполнен информацией. Многие люди, особенно это касается детей, не в состоянии справиться с хлынувшим на них потоком. Наблюдаются значительные трудности в осуществлении контроля за коммуникационными и информационными потоками. Девизом журналистики становится адаптация к потребностям аудитории. Информация при транслировании передается такой же, как она поступает, без ее критического осмысления и переработки журналистами. Огромные потоки информации не улучшают ни понимания происходящих процессов, ни взаимопонимания относительно их. Усугубляются тенденции инфляции языка.

В этих условиях крайне актуальной становится задача профессиональной подготовки журналистских кадров. От того, насколько высоко качество этой работы, зависит культура восприятия аудиторией информации, уровень духовно-нравственного воспитания молодого поколения, в конечном итоге, правильное формирование общественного мнения. За последние годы к вопросам профессионального медиаобразования заметно усилилось внимание государственных структур и общественных организаций. Поэтому обобщение опыта подготовки журналистов представляет как научный, так и практический интерес.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

В условиях перестройки социально-экономических отношений и социальной жизни как в целом по России, так и в регионах появилось множество новых газет и журналов, каналов на телевидении и радио, сформировалась система средств массовой информации, в связи с чем возросла потребность в дипломированных специалистах в области журналистики.

В Чувашском государственном университете имени И.Н.Ульянова журналисты готовятся на двух отделениях (отделение чувашской журналистики и отделение русской журналистики) по очной форме обучения. Сегодня на факультете учатся студенты не только из Чувашской Республики, но и из 26 регионов Российской Федерации: из Республик Татарстан, Башкортостан, Саха (Якутия), Марий Эл, Коми, Чукотский АО, из Ульяновской, Иркутской, Тюменской, Пензенской, Кировской, Самарской областей, из городов Тольятти, Сургут, Воркута, Воронеж и т.д. Кроме того, обучались и обучаются представители зарубежных стран – студенты из Турции, Кении, Камеруна, Непала, Сирии.

С целью совершенствования практической работы студентов в 1995 году открыт филиал кафедры журналистики в Доме печати при Союзе журналистов Чувашской Республики. Здесь организовывается работа по совершенствованию журналистского мастерства студентов. Работой в творческих студиях руководят ведущие журналисты и руководители республиканских газет и журналов.

При факультете журналистики с 1995 года работает «малый факультет журналистики». Он создан с целью ведения профориентационной работы среди учащихся старших классов и подготовки будущих абитуриентов к творческому конкурсу при поступлении на факультет журналистики. Эту работу возглавляет аспирант кафедры журналистики, редактор газеты «Московский комсомолец» в Чебоксарах» О.В.Возняк.

На базе факультета журналистики создан редакционно-издательский центр. Здесь силами преподавателей, сотрудников и студентов готовятся студенческие газеты, журналы, учебно-методическая литература. За последние 5 лет издано учебно-методической и научной литературы объемом около 500 печатных листов.

## Медиаобразование: от теории – к практике

Основная образовательная программа разработана на основе государственного образовательного стандарта по специальности 030601 «Журналистика» с учетом примерных учебных планов и примерных программ дисциплин, утвержденных Министерством образования и науки России. Она включает в себя учебный план, программы дисциплин, программы учебных и производственных практик.

Структура учебного плана по обследуемой специальности предусматривает изучение общих гуманитарных и социально-экономических, общих математических и естественнонаучных, общепрофессиональных и специальных дисциплин. Каждый цикл состоит из дисциплин федерального компонента, дисциплин национально-регионального (вузовского) компонента, дисциплин по выбору студента. Дисциплины регионального компонента, по выбору студента содержательно дополняют дисциплины, указанные в федеральном компоненте цикла.

В блок общих математических и естественнонаучных дисциплин включены такие дисциплины, как математика, информатика и современная компьютерная техника, концепции современного естествознания, экология. Учитывая то, что профессия журналиста требует хороших знаний и умений в области компьютерной технологии и то, что абитуриенты слабо подготовлены по данному направлению, за счет часов дисциплин национально-регионального (вузовского) компонента и дисциплин по выбору студента увеличены часы по информатике и современной компьютерной технике.

В блок общепрофессиональных дисциплин направления «Журналистика» включены все дисциплины федерального компонента и объем их часов полностью соответствуют ГОС. Вспомогательными (прикладными) дисциплинами установлены психология общения журналиста. В национально-региональный компонент входят История чувашской журналистики, Теория и практика перевода (для отделения чувашской журналистики), теория и практика текста, язык и стиль СМИ (для отделения русской журналистики), история чувашской литературы, современный чувашский язык. Дисциплины по выбору: литературно-художественная критика, проблематика журналистских выступлений, теле и радиожурналистика, газетно-журнальный дизайн.

## Медиаобразование: от теории – к практике

Блок специальных дисциплин включает все установленные государственным образовательным стандартом дисциплины, а дисциплины по выбору – журналистское мастерство (работа в творческих студиях – в редакциях газет, журналов, на радио, телевидение, в книжных издательствах и т. д.).

Необходимым условием подготовки высококвалифицированных специалистов служит отвечающая современным требованиям учебно-методическая база образовательного процесса. Основная учебно-методическая литература, рекомендованная в рабочих программах по дисциплинам всех блоков учебного плана в качестве обязательной, в основном достаточна и современна. Кроме того, преподавателями общеуниверситетских и выпускающих кафедр университета издаются учебники, методические и учебные пособия.

Студенты имеют доступ к различным информационным базам данных, к сетевым источникам информации. Для этого в учебном корпусе имеется центр Интернет, где каждый студент может работать в удобное для него время. В 2001 году на факультете в компьютерном классе также установлена сеть Интернет.

В учебном процессе факультете журналистики наряду с традиционными и классическими формами и методиками активно используются и внедряются новые формы обучения. Повышению интереса к предмету способствуют такие формы, как учебная дискуссия, лекции-диалоги, ситуационные деловые игры по журналистике. Отдельные практические занятия проводятся в форме диспутов, викторин, читательских конференций и т. д. Познавательную деятельность студентов активизируют также встречи, круглые столы, пресс-конференции со знаменитыми людьми из разных сфер жизни – артистами, политическими деятелями, видными журналистами, писателями и т. д., экскурсии. Такие формы работы позволяют студенту профессионально общаться (что очень важно для будущего журналиста), развиваться творчески, готовить материалы для различных средств массовой информации.

В ходе учебы регулярно проводится контроль за уровнем знаний и практических умений студентов. Традиционно используются при этом формы зачета, экзамена, между сессиями про-

## Медиаобразование: от теории – к практике

водятся контрольные работы, аттестации. За последние годы преподаватели начали часто применять систему тестового контроля, экспресс-опросы для проверки итогов самостоятельной работы. Содержание имеющихся фондов контрольных заданий и письменных работ по дисциплинам учебного плана соответствуют содержанию типовых и рабочих программ.

Студенты факультета принимают активное участие в научно-исследовательской работе. Ежегодно проводятся студенческие научные конференции, где работают следующие секции: «История журналистики», «Отечественная журналистика», «Журналистское мастерство», «Актуальные проблемы журналистики», «Система средств массовой информации Чувашской Республики», «Зарубежная журналистика», «Психолого-педагогические основы журналистики», «Теле- и радиожурналистика» и т. д. Здесь студенты выступают с интересными содержательными тезисами и сообщениями, готовят плакаты, стендовые доклады, используют технические средства, готовят фотовыставки и т. д. Материалы победителей конференции публикуются в сборниках студенческих научных работ. Кроме того, будущие журналисты активно участвуют на ежегодной межрегиональной конференции «Юность Большой Волги». Внимание к студенческой науке позволяет заранее готовить преподавательский потенциал для кафедр: поступающие в аспирантуру выпускники уже овладевают азами научного исследования.

Активизации учебного процесса способствует использование технических средств обучения. На базе факультета работает оборудованная фотолаборатория, компьютерный класс (23 современных компьютера с выходом в Интернет), учебная теле- и радиостудия, учебно-издательский центр, где студенты имеют возможность работать как во время занятий, так и в свободное время.

Расширению профессионального диапазона студентов-журналистов, совершенствованию практических навыков и умений способствует учебно-производственная и непрерывная практика, которая проводится в соответствии с «Положением о производственной практике» в редакциях районных и республиканских газет и журналов, радио и телевидении, в рекламных агентствах. У факультета имеются договоры с редакциями

## Медиаобразование: от теории – к практике

республиканских средств массовой информации о сотрудничестве. В соответствии с этими договорами открыты творческие студии во всех ведущих средствах массовой информации республики. Активно используется факультетом материальная база этих редакций. По учебному плану предусмотрена работа в творческих студиях уже на втором семестре до 8 семестра включительно. Для этой работы по расписанию отводится один учебный день.

Студенты получают фундаментальную общепрофессиональную подготовку и проходят углубленную специализацию по средствам информации и областям деятельности. Для реализации этой задачи сотрудники факультета журналистики используют различные методические и организационные приемы обучения. Одним из приоритетных направлений в процессе подготовки журналистских кадров является учебно-издательская деятельность, которая реализуется в ходе прохождения производственной практики на I-V курсах и преддипломной практики на V курсе, в процессе работы в творческих студиях, в филиале кафедры журналистики при Союзе журналистов Чувашской Республики, на занятиях по различным направлениям специализации (газетное дело, журнальное дело, книгоиздательское дело, реклама, связи с общественностью, журналистиковедение, литературно-художественная критика и т.д.). Заметным подспорьем для успешного сочетания фундаментального университетского образования с активизацией творческой работы студентов стало открытие учебно-издательского центра на факультете журналистики. Была приобретена компьютерная техника и основное оборудование, необходимое в издательском процессе и полиграфии. Благодаря этому стало возможным издание всех видов печатной продукции: газет, книг, журналов, брошюр, альбомов, плакатов, буклетов, открыток и т.д. На факультете налажены механизмы материально-технического обеспечения выпуска учебной, учебно-методической и научной литературы, периодических изданий, что крайне важно в условиях повышения цен на издательскую продукцию. Роль учебно-издательского центра также в том, что он способствует сокращению сроков подготовки и выпуска книг, повышению уровня их полиграфического исполнения; повышает роль из-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

дательской деятельности в обеспечении учебного процесса и научных исследований; помогает внедрению современной техники в издательское дело и полиграфию, обеспечению современной редакционно-издательской техникой и оборудованием оперативной печати. В университете считают, что все передовое в творческом процессе становления личности журналиста и новшества технологического процесса издательской деятельности молодые люди должны освоить на студенческой скамье с тем, чтобы непосредственно после получения диплома о высшем образовании быть готовым к практической работе на всех должностях редакций средств массовой информации.

Факультет журналистики поддерживает научные связи с ведущими исследовательскими центрами Российской Федерации. Заключены договора с факультетами журналистики Московского и Санкт-Петербургского университетов, где предусмотрены вопросы сотрудничества в области совместных научных изысканий, обучения в аспирантуре и докторантуре.

Для целенаправленного ведения научных исследований в области средств массовой информации открыта научно-исследовательская лаборатория актуальных проблем журналистики. Краткая характеристика полученных результатов: концептуально рассмотрены историко-методологические вопросы становления и развития газет и журналов отдельных регионов России, выявлены специфические черты и особенности жанров чувашской письменной публицистики начальных этапов ее развития. Результаты исследования используются в учебном процессе.

За короткое время накоплен определенный опыт в организации учебного процесса с представителями разных национальностей из стран дальнего зарубежья. Большую помощь в изучении иностранных языков оказывают международные контакты, научно-практические конференции. Студенты факультета журналистики проходили и проходят практику в таких зарубежных странах, как Соединенные Штаты Америки, Германия, Голландия, Турция, Непал, Кения. Более двадцати выпускников после окончания вуза начали работать в зарубежных странах.

Сложились хорошие партнерские отношения с Саудовской академией в Москве. Делегация Чувашского государственного университета в июне 2003 года посетила академию. В июле того

## Медиаобразование: от теории – к практике

же года состоялся ответный визит Саудовской делегации в Чувашский государственный университет. В ходе встреч достигнуты договоренности о дальнейшем развитии межкультурных, образовательных и научных контактов, в особенности в развитии специальности «Международная журналистика» и изучении иностранных языков, в том числе и арабского.

Таким образом, расширение мирового информационного пространства в современных условиях способствует применению эффективных методик и инновационных технологий в преподавании студентам-журналистам как родного, так и иностранных языкам. Важно при этом учитывать психолого-педагогические и социально-культурные проблемы в обучении языков, шире применять возможности этнопедагогизации учебно-воспитательного процесса, активнее использовать опыт международного сотрудничества.

**М. В. Жижина**

*Саратовский государственный университет  
им. Н.Г. Чернышевского*

### **Исследование медиакультуры как социально-психологического феномена**

В настоящее время медиакультура как объект научного анализа представляет собой междисциплинарный феномен, и фактическая область его исследований лежит на стыке многих наук: философии, психологии, экономики, социологии, культурологии, педагогики, искусствоведения, политологии, антропологии и кибернетики. В научной психологии термин «медиакультура» стал использоваться сравнительно недавно и еще не вполне устоялся. Более того, и в отечественной, и в зарубежной психологической литературе такие термины как «медиакультура», «медийная культура», «информационная культура», «аудиовизуальная культура», часто используются как синонимы, поскольку применяющие их авторы оперируют этими терминами для обозначения, по- существу, одного и того же явления. Исследование медиакультуры как социально-психологического феномена в наше время определяется резким расширением сферы действия массмедиа, глобальным влиянием средств массовой информации и превращением медиапространства в поликультурное по содержанию и форме. Это делает изучение роли и места медиакультуры в жизни и деятельности человека принципиально важным не только с теоретической, но и с практической точки зрения.

Анализ различных подходов и результатов исследований позволяет рассматривать медиакультуру как социально-психологическое явление, которое представляет собой:

- область социальных влияний;
- область взаимодействия виртуальной и реальной культур;
- особый институт социализации личности;
- форму и варианты информационного потребления;
- источник и существенный фактор формирования социальных представлений;
- регулятор социального поведения;

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

- источник возникновения стихийно-массовых настроений общества.

В ряде исследований, в том числе, в культурологической литературе, поднимается вопрос о функциях медиакультуры. В частности, Н.Б. Кириллова к функциям медиакультуры относит: информативную (информационное обеспечение общества), коммуникативную (взаимодействие и обмен культурной информацией), нормативную или идеологическую (социальный опыт, нормы, идеалы, ценности), креативную (освоение и преобразование культурной среды), интеграционную (сохранение культурного наследия, национальных традиций, исторической памяти), релаксационную и развлекательную (расслабление, разрядка, восстановление), посредническую (медиакультура как инструмент управления обществом).

Обобщение имеющихся литературных данных и результатов собственных исследований в дополнение и развитие существующих точек зрения дает возможность выделить как личностные и социально значимые следующие функции медиакультуры, помимо широко известных информационной, развлекательной (гедонистической), посреднической и коммуникативной:

1. Компенсационная или замещающая функция позволяет индивиду восполнять хотя бы в виртуальном мире то, что не доступно ему в реальной жизни, переживать то, что он не может пережить в реальности, уйти из реальности в мир фантазий, в известной мере, реализовать бегство от себя (кратковременное или длительное) и в конечном счете создавать новые виды аддиктивного поведения (яркими примерами могут служить компьютерные игры, просмотр на диске путешествий и т.п.);

2. Идентификационная функция предоставляет пользовательской аудитории довольно широкий, на первый взгляд, диапазон образцов для подражания и копирования, которые однако при ближайшем рассмотрении таковыми не оказываются;

3. Функция продвижения той или иной культуры в социум, которая осуществляет интеграцию продвигаемой культуры в социокультурное пространство данной общности (создает возможности формирования и существования локальных субкультур в общей культуре мира, обеспечивает реализацию того или иного культурного продукта);

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

4. Аксиологическая функция формирует ценностную картину мира личности и, задавая и изменяя образцы социально одобряемых (в данной субкультуре) ценностей и идеалов, влияет на культурные предпочтения отдельного индивида, а тем самым влияет на его мировосприятие.

5. Мировоззренческая функция или функция «окультуривания» заключается в том, что медиакультура интенсивно, активно и успешно меняет представление своих потребителей о социальной реальности и в целом о мире, обобщая, а в ряде случаев, упрощая, представления обо всем происходящем в мире, акцентируя внимание своих потребителей на определенных частных сторонах происходящего.

6. Социализирующая функция состоит в интенсивном включении индивида в различные формы взаимодействия с медиакультурной средой. Предоставляемые и внедряемые медиакультурой (в том числе, с помощью манипулятивных технологий) идентификационные и поведенческие стратегии можно рассматривать сегодня в качестве одного из самых успешных механизмов социализации, причем не только детей и молодежи, но и взрослых.

7. Социально-нормативная функция, в силу которой масс-медиа формирует программу социально-психологического поведения индивида, определяет или задает образ жизни, предоставляет готовую иерархию ценностей, предпочтений.

Кроме указанных функций, медиакультура (с социально – психологической точки зрения) выполняет функции репрезентации или персональной трансляции локальной субкультуры некоей общности, социального моделирования субъективной картины мира отдельной личности, и выступает как существенный фактор организации социальной жизни и эмоциональной регуляции социального поведения человека.

Данные, полученные нами в ходе исследования восприятия и оценки медиакультуры в студенческой среде [Жижина М.В., 2007], позволяют с уверенностью говорить о том, что такие функции медиакультуры как гедонистическая, компенсаторная, познавательная, эмоционально-регулирующая и коммуникативная определенно связаны с мотивами обращения личности к медиакультуре. Согласно нашим данным, можно назвать наиболее значимые мо-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

тивы обращения молодежи к медиакультуре, которые определяют характер включения индивида в социокультурную среду.

1. Эмоционально-поисковый или регулятивный мотив – заключается в поиске личностью продуктов медиакультуры (журналы, фильмы, музыка, фотографии и т. д.), востребованных для достижения новых переживаний, поиска недостающих ощущений, острых эмоциональных состояний и т.п. Посредством обращения к медиапространствам субъект формирует те состояния, которые ему необходимы в данный момент времени (например, дополнительные энергетические активации или, напротив, релаксационные состояния). Можно сказать, что культурный продукт медиа в данном случае предстает для личности объектом для поведенческого подражания, в известном смысле, механизмом эмоциональной идентификации.

2. Мотив компенсации или замещения актуальной реальности виртуальными событиями. Большинство исследователей к причинам так называемой «телевизионной привязанности» (проведение у телевизора более 3 часов в сутки, увлечение просмотром телесериалов и т. п.) относят бедность духовной жизни, желание уйти от проблем своей жизни, уйти в лучший, иллюзорный – мир глянца, гламура, блеска, комфорта. Эта мотивация прямо сопряжена с компенсаторной функцией медиакультуры. Механизм социального влияния в данном случае можно кратко обозначить; в ходе обращения к виртуальной реальности происходит отвлечение от реальной жизни и ее проблем. Опасность такой компенсации в том, что она часто приводит к псевдокомпенсации, при которой расхождение между телевизионной сказкой и реальной жизнью может усугубить переживания личности, углубить, а не ослабить, внутренние противоречия, привести к снижению самооценки, развитию комплекса неполноценности и т.д.

3. Мотив поиска новых или необычных эмоциональных состояний теснее всего связан с гедонистической функцией медиакультуры (наиболее показательным примером в этом случае может явиться обращение к прослушиванию музыки), в социальном поведении и обращении к медиамиру реализуется желание индивида пережить ту гамму чувств, которые ему не предоставляет его повседневная жизнь. Этот процесс можно условно назвать эмоциональной идентификацией.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

4. Социальные мотивы, которые выражаются в поиске идентичности, стремлении к сотрудничеству и др. Виртуальное пространство позволяет индивиду реализовать свою потребность в аффилиации, самоутверждении, личностной самопрезентации, проявить приверженность моде, желание не отстать от других. Ведение блогов и чатов, дневника в интернете, размещение своих фотографий также можно рассматривать как социальное позиционирование субъекта, а с другой стороны – как желание принадлежать к определенной группе, быть включенным в эту группу.

5. Познавательная мотивация связана с рядом функций медиакультуры (функциями продвижения, мировоззренческой, аффилиации и др.), обеспечивающих возможность познания поликультурного мира, повышения образовательного уровня, расширения кругозора (например, чтение журналов о различных культурах мира, просмотр образовательных программ, поиск информации в Интернете и т. п.).

Множественная мотивация социального поведения и множественность функций медиакультуры с необходимостью поднимают проблему психологической дифференциации индивидов в пространстве медиакультуры:

- по степени понимания, осознания и акцентуации целей обращения к продуктам медиакультуры;
- по степени индивидуальной определенности границ реальной и виртуальной культур;
- по степени открытости или закрытости личности к иным культурам;
- по интенсивности личностного трансфера в физическом и виртуальном пространстве иных культур.

Сказанное выше дает возможность наметить примерный перечень значимых, с точки зрения нашего подхода, направлений исследования медиакультуры как социально-психологического феномена:

- взаимодействие виртуальной и реальной культуры как новой социальной реальности, обусловленной действием медиафактора;
- изучение медиакультуры как фактора формирования и управления социально-культурными процессами общества;
- анализ психологических трансформаций личности в сцена-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

риях современного медиапространства;

- атрибуты современной медиакультуры в представлениях молодежной аудитории (показатели современности);
- исследования роли медиакультуры в формировании глобальных, общественных и локальных личностных ценностей;
- изучение медиакультуры как фактора культурной дифференциации общества;
- психологическая феноменология трансформации культуры молодежи в условиях развивающейся медиакультуры;
- анализ социально-психологических функций медиакультуры в распространении культурных инноваций;
- изучение психологических барьеров и причин их возникновения при освоении медиакультуры;
- систематизация социально-психологических факторов продвижения медиакультуры.

Развивающиеся психологические исследования медиакультуры позволяют говорить о становлении новой области психологического знания – медиапсихологии. В сферу интересов медиапсихологии, помимо изучения собственно медиакультуры как виртуального компонента социокультурной среды человека (о чем шла речь выше), должны быть включены исследования личности в меняющихся поликультурных пространствах. Глобализация и информатизация современного общества делают актуальным изучение широкого комплекса психологических проблем взаимодействия личности и медиакультуры. Перечислим лишь некоторые из проблем, которые уже так или иначе обозначены на поле медиапсихологических исследований:

- идентичность личности в условиях глобального распространения массмедиа (проблемы кризиса и конфликта идентичности);
- изучение влияния специфических видов медиакультуры на психику человека;
- движение личности в поликультурных медиапространствах (адаптация и переходы культурных границ);
- социально-психологические эффекты массмедиа в индивидуальной жизни и в массовом, групповом сознании;
- влияние социокультурных факторов медиасреды на досуговые практики;

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

- изучение психологических механизмов и последствий влияния медиа на формирование личности молодого человека, на духовную культуру;
  - влияние медиасреды на социализацию личности;
  - общение в виртуальном пространстве: специфика и эффекты;
  - медиаобразование как феномен развития личности в медиасреде;
    - анализ социально-психологических функций компьютера и Интернета;
    - исследование социально-психологических влияний Интернета на личность, включая анализ половозрастных особенностей пользователей;
    - психологическая безопасность личности в информационном обществе;
    - психология зависимости от виртуальной реальности и киберпространства.

В заключение обозначим те направления перспективных, на наш взгляд, исследований медиакультуры как социально-психологического феномена, которые определяют возможное развитие медиапсихологии – новой нарождающейся отрасли психологической науки и практики:

- разработка теоретико-методологических подходов к изучению медиакультуры как новой социальной реальности человеческого общества и как междисциплинарного явления;
  - выявление тенденций, закономерностей, структуры и механизмов действия медиакультуры как социального фактора;
  - изучение и выявление социально-психологических особенностей медиакультуры различных социальных групп, систематизация экспериментальных данных, их методологическое и теоретическое обоснование;
  - исследование особенностей развития медиакультуры у представителей различных сообществ, а также изучение поля социальных представлений, имеющих у той или иной социальной группы;
  - выделение дифференцирующих критериев медиакультуры личности и социальной общности, разработка соответствующих диагностических методик.

**Е. И. Кузнецова**

*Нижегородский государственный  
лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова*

### **Инновационные формы медиакультуры: философские аспекты исследования**

Доминирующим фактором становления нового этапа медиакультуры в современном мире являются новейшие информационно-коммуникативные технологии, развитие которых уже породило значительные социокультурные трансформации: усложнение структуры коммуникативного пространства, неизмеримое увеличение плотности информационных потоков, возрастание скорости информационно-коммуникационных процессов. Масштабность социальных перемен, необходимость которых вызвана комплексными медиакультурными воздействиями, в наиболее острой форме ставит нас перед главным вопросом: остается ли в руках человечества собственно «человеческое» измерение грядущего мира?

Новые коммуникативные медиа, какими являются глобальная компьютерная сеть Интернет, мобильная телефония, цифровое телевидение, спутниковое и кабельное телевидение, обусловили радикальные сдвиги во всех сегментах социального взаимодействия. В сфере политической коммуникации развиваются формы «электронного правительства»; метафора «модемная демократия» демонстрирует возможности применения удаленных коммуникаций в электоральном процессе; высокие технологии модифицировали сферы транснационального производства; «электронные биржи» стали одним из инструментов глобального экономического взаимодействия. В результате трансграничности изменяющегося коммуникативного пространства «образуются новые силовые и конкурентные соотношения, конфликты и пересечения между национально-государственными единствами и акторами, с одной стороны, и транснациональными акторами, идентичностями, социальными пространствами, ситуациями и процессами – с другой» [1, С. 45]. Инновационные коммуникативные формы медиакультуры, таким образом,

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

становятся управляющими параметрами для всех социальных систем, которые вынуждены приспособляться к новым условиям, порождать те или иные модификационные формы в ответ на внешнее воздействие.

Общие трансформационные процессы в сфере традиционных коммуникативных практик вызвали увеличение доли медиакоммуникаций, и, в том числе, отразились на развитии медиасистемы. Цифровая медиасреда вызывает к жизни конвергентные массмедиа, объединившие традиционные и новые медийные технологии в единый технологический процесс создания информационных продуктов, что дает, на наш взгляд, возможность говорить о значительных системных изменениях в массово-коммуникативной деятельности.

Использование инновационных форм конвергентных технологий позволили медиасистеме расширить воздействие на массовое сознание: кабельно-спутниковое телевидение многократно увеличило количество медиапредложений, в определенной мере подтолкнуло эфирное телевидение к локализации и специализации своих каналов; «контейнеры» цифрового вещания не только увеличивают объемы информации, но и учитывают индивидуальные запросы аудитории. Медиасистема освоила сетевое пространство, благодаря развитию интернет-технологий режим он-лайн стал принадлежностью и одним из основных инструментов в технологическом процессе разных каналов массмедиа.

Мультимедиа технологии революционизировали традиционную сферу печатной прессы. Газеты и журналы стали создавать собственные сайты, превратили их в порталы, выводящие пользователей на другие онлайн-источники, в том числе на сайты конкурентов. Создание сети распределенной полиграфии позволило газетам с помощью спутниковых технологий увеличивать объемы реализации своих услуг и число пользователей. В общем процессе глобализации коммуникаций стали определяться контуры глобальной медиасистемы как фактора «макרוструктурирования мирового порядка» [4, С. 233].

В то же время новые конвергентные медиа создали технологические возможности для формирования новой коммуникационной системы, нервным центром которой, по М. Кастельсу, стали

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

сетевые структуры современного коммуникативного пространства, которые радикально изменили характер информационно-коммуникативных обменов между человеком и жизненной средой. Наиболее важным завоеванием медиакультуры как инновационного коммуникативного способа существования индивида и общества в целом, в том числе критерием ее гуманности, стала свобода информации и коммуникации. Дигитализация коммуникативного пространства включила в массовые коммуникационные процессы множество новых субъектов: телекоммуникационные компании, поставщиков информационных услуг, операторов связи, что привело к определенному «размыванию» институциональных границ массовой коммуникации, генерировало широкое развитие альтернативных сегментов информации, регулирующей формы повседневной жизни общества. Диверсификация набора медиапредложений, характерная для деятельности в новой медиасреде, требовала того, что всем структурам медиасистемы «придется расстаться с представлением о себе как изолированных островах в медиaprостранстве» [2, С. 48].

Новые медиа способствовали развитию интерперсональных коммуникативных форм медиакультуры, сделали доступными в обществе многообразные каналы социального взаимодействия, внесли существенные коррективы в способы познания мира, привели к усилению индивидуального опыта в познании действительности. На основе широких возможностей доступа индивида и социальных групп к информационным технологиям, интерактивным коммуникативным техникам сложились неинституциональные формы субъект-субъектной коммуникации, такие как веб-блоги, социальные сети. Весной 2007 года в мире насчитывалось около 76 миллионов блогов, в русской блогосфере – примерно 2 миллиона, суточная аудитория Live Internet составляла около 170 тысяч человек, а в форме Live Journal – доходила до 600 тысяч [6]. Уже отмечено, что в самоорганизующемся сетевом обществе потребители информации превращаются в ее создателей. Если сравнить количество членов этого мегасообщества с аудиторией российской прессы и учесть, что веб-блоги отражают интерес, настроения и тенденции общества, то можно увидеть активность этих новых коммуникативных форм.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Вместе с тем инновационные формы медиакультуры требуют переосмысления фундаментальных характеристик как традиционных, так и рождающихся на современном этапе способов коммуникации. Вопрос об интерпретации массовым сознанием коммуникативного медиума, посредством которого производится символическая реальность медиапространства, выходит на первый план в размышлениях о человеке, попавшем в объятия медиамира и вынужденном адаптироваться к тем многообразным изменениям, которые этот мир генерирует. Мерцающие имиджи аудиовизуальной символической реальности, смещение реального времени, трансформация принципов событийной коммуникации, изменение модели репрезентации «выводят из строя» механизмы организации ментальных образов, затрудняют интеграцию новых образов в привычные модели реального мира, увеличивают разрыв между социальной реальностью и ее символическим образом. Синкретизм контента мультимедийных систем воздействует на психологию, менталитет аудитории, изменяет ее представления о пространственно-временной континуальности. Это приводит к тому, что «механизмы обработки образов, каковы бы они ни были, должны действовать с постоянно увеличивающейся нагрузкой» [5, С. 203].

Большее разнообразие медиапредложений, поставляемых на информационные рынки, выявило проблему, которую предрекали двадцать с лишним лет назад: уровень информационной насыщенности предрекает угрозу потери контроля над множеством коммуникаций в глобальной компьютерной сети. Метафора информационного загрязнения нашла свое воплощение в потоках спама, приобретающих лавинообразный характер. Анонимность субъектов общения приводит к девальвации самой информации, когда «авторитет источника со всеми необходимыми для его поддержания социально-структурными гарантиями становится необязательным, аннулируется техникой» [3, С. 142].

Вместе с тем инновационные модели общественного взаимодействия наряду с потенциальным увеличением социальной активности ведут к доминированию сетевого индивидуализма и даже к своеобразному бегству от социальности. Активиза-

## Медиаобразование: от теории – к практике

ция новых форм виртуальных малых групп, сетевых сообществ, комьюнити обостряет проблемы культурной идентичности, системы ценностных ориентаций, «отрывает» индивида от традиционной социокультурной среды. Изменения ценностей, категорий, символов, языков, формирующих картину мира, приводят к тому, что неравновесность становится условием формационной цивилизации.

Медиапространство распадается на наших глазах на сегменты и ниши, где «новым медиа» с каждым годом принадлежит все большая доля потребительского внимания. Сегодня киберпространство представляет собой своеобразный информационный лабиринт, где возможность уменьшить зависимость от традиционных источников информации в то же время увеличивает риск использовать недостоверную информацию из сетевых источников, извращенное толкование событий, манипулирование информацией со стороны тех или иных представителей общества.

В этом контексте становится очевидной необходимость развития медиаобразовательной сферы как одной из важных составляющих духовно-практической активности в современном мире. Усиливающееся воздействие медиатехнологий на жизнь современного общества предполагает необходимость критического осмысления современных коммуникативных процессов, развития когнитивных проектов, построенных с учетом реализации прав и свобод человека, существования каждого индивида и каждой группы как равных и независимых участников информационного диалога с обществом.

Мир изменяется, преодолевая психологические барьеры когда-то шоковых футуристических прогнозов. Инновационные коммуникативные формы становятся привычными инструментами повседневного социального взаимодействия, приводя к сущностным социокультурным трансформациям в современном обществе, изменяя специфику культурного самосознания, мировоззрения, способа мышления и механизмов культурного творчества. Это пространство усложняющейся коммуникации создает новые вызовы, которые представляют постоянно развивающийся предмет философских размышлений.

## **Медиаобразование: от теории – к практике**

---

### **Литература**

1. Бек У. Что такое глобализация. – М., 2001.
2. Газетные технологии. – М., 2000.
3. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Издательство «Логос», 2005.
4. Робертсон, Р., Хондкер Х. Дискурс глобализации: предварительные размышления / Р. Робертсон, Х. Хондкер // Россия и современный мир. – 2001. – № 1.
5. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: Изд-во АСТ, 2001.
6. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://blog.artnn.ru/2007/05/06/blogosfera-internet2blog>, свободный

**О.С. Калинина-Сулакшина**

Директор ООО «Искусство и актуальность»

### Норма языка в современной языковой культуре

*Да знаю, знаю, что не выйти  
Нам из процесса мирового, –  
Но так и хочется завйти,  
Сглотнувши матерное слово.*

**Борис Чичибабин.**

Сегодня мне хочется обратить ваше внимание на те пласты русского языка, которые находятся за пределами так называемой литературной нормы.

Как сказал М. Горький: «Русский язык неисчерпаемо богат и все обогащается с быстротой поражающей». Со времен А. С. Пушкина русский язык развивался и совершенствовался. И кто бы мог подумать, что в наш век употребление ненормативной лексики приобретает столь массовый характер, уничтожая на своем пути красоту русского языка и ломая процесс его развития? [4]

Для иллюстрации утверждения о массовом характере употребления ненормативной лексики в современном обществе я приведу три примера из собственной жизни:

Первый пример: Утром я ехала в автобусе на конференцию. Позади меня сидели двое юношей вполне пристойного вида. Но разговаривали они исключительно с использованием ненормативной лексики. Когда я попросила их не употреблять подобных выражений, юноши извинились и ...замолчали. Говорить по-другому они просто не умели.

Второй пример: Я встречала внука-первоклассника. Одновременно с ним из школы выбежала толпа ребятишек – 2-ой или 3-ий класс. Все возбужденные, веселые, делятся впечатлениями. И вдруг я слышу, как один из мальчиков обзывает девочку словами из ненормативной лексики. Я оборачиваюсь и делаю ему замечание. Мальчишка мгновенно отбегает в сторону, и я слышу, как набор отборнейших эпитетов летит и в мою сторону.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Самое «мягкое» выражение из них – «канцелярская подстилка». И это – третьеклассник!

Третий пример: Недавно я по делам ездила в командировку в Китай. Гид-переводчик – очень интеллигентный человек, готовится к защите диссертации, – в разговоре со мной через слово произносил матерные выражения. Я не выдержала и спросила – знает ли он, что означают эти слова? Гид, совершенно не смущаясь, поясняет, что ему пришлось сопровождать группу российских ученых. И они говорили исключительно подобными выражениями. А что это означает, он не спрашивал. Просто решил, что так принято у русских.

Мы всегда считали, что человек создал язык, а язык позволил развить человеку мозг, интеллект, дал возможность думать, во много раз облегчил и сделал более плодотворным человеческий труд. Язык сделал человека человеком! [4] Но в современном мире мы видим обратную тенденцию. Язык с каждым годом упрощается и отдаляется от так называемой литературной нормы.

Конечно, об этом можно говорить много, но я ограничусь только тем, что приведу несколько высказываний из разных публикаций на тему ненормативной лексики, которые зачастую являются противоречащими друг другу по смыслу. Например, доктор филологических наук, профессор Даниил Аль резко осуждает употребление ненормативной лексики: «Нынешние молодые люди получают информацию через Интернет и телевидение, то есть пассивно. Изменился характер мышления, исчезают творческая фантазия, ассоциативность. Воспринимаемые образы плоские, навязанные массовой культурой, а не личные, созданные работой души и ума, – говорит писатель, доктор филологических наук, профессор Даниил Аль. – Я всегда был убежден, что тот, кто плохо говорит, плохо мыслит. А речь наших соотечественников и наших правителей просто ужасна». [цит. по 1] Доктор филологических наук, профессор Николай Скатов еще более категоричен: «Эпизод за эпизодом разыгрывается трагедия деградации россиян, окончательного угасания нашего самосознания. Чтобы убедиться, как низко мы пали, достаточно взглянуть в массовое чтение и вслушаться в окружающую речь. <...> Нецензурщина приобрела новый "статус" – стала символом нового времени. <...> Между тем многие

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

исследователи сходятся во мнении, что мат – это изначально язык отчаяния, злобы и презрения. Он свойствен рабам, а на Руси периоды неволи были затяжными. Мат не только язык униженных, это их сознание, мироощущение и руководство к действию. Мат обладает определенной энергетикой». [цит. по1]

Но вышеперечисленные цитаты принадлежат теоретикам языка, которые долгие годы изучали «нормативный» русский язык, свойственный классическим произведениям отечественной литературы. В свою очередь, «практики» языка – люди искусства, литераторы, политики, общественные деятели – зачастую относятся к ненормативной лексике намного более мягко.

Так, например, в передаче «Культурная революция» бывший министр Швыдкой доказывал, что раз мат существует в жизни, значит, он имеет право на существование и в искусстве, культуре. [1] Достаточно посмотреть на интервью звезд шоу-бизнеса, трансляции заседания государственной думы и т.д. Под правомерность употребления ненормативной лексики подводятся разные основания. Например, «в мире нет ничего лишнего, однако для всего есть свое время и место. Например, в Петербурге действует клуб любителей матерного языка. Там никто никого не оскорбляет – посетители собираются для веселого, пусть и своеобразного, общения, рассказывают различные истории, анекдоты. И я не вижу в этом ничего ужасного, хотя и интересного для себя тоже. Если это не навязывается кому-то, если люди туда приходят по доброй воле». [2, С. 19] Также в массовом характере употребления ненормативной лексики можно увидеть некоторую закономерность и обусловленность современным этапом развития нашего государства. «Если исходить из той аксиомы, что "сначала было слово", подобная речь на удивление точно отражает жизнь нашего общества. Какие лингвистические источники у молодежного жаргона? Их несколько: речь наркоманов, компьютерный жаргон, немножко сленга музыкальных фанатов, очень много городского просторечия, английских заимствований и воровского аргю. В этой речи нет нравственных запретов, какой бы то ни было ответственности и этических ценностей. Зато много разрушительной агрессии, цинизма и воинствующей похабщины». [1] Но подобные оправдания для употребления ненормативной лексики вряд ли могут

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

полностью ее «обелить», так как аргументация, представленная в вышеизложенных цитатах, носит скорее характер риторических уловок и сводится к выражениям: «Если меня это не касается, то мне все равно», «Какое общество – такая и речь». Но подобным образом можно оправдать не только употребление ненормативной лексики, но и любое насилие и даже убийство.

Таким образом, «вопрос, материться или нет, похоже, остается одним из главных вопросов культуры. Особенно когда выясняется, что в последние годы серьезные издательства выпускают словари обсценной (матерной) лексики за подписями титулованных авторов – ученых-лингвистов, докторов наук, профессоров университетов. Это уже не любительские похабные разговорники, которых всегда было много. Серьезные издания матерной лексики расходятся большими тиражами, попадают в крупнейшие отечественные и зарубежные библиотеки. <...> В обществе, сформированном по «обсценным законам», можно все: избавляться от старых родителей, торговать детьми, спать с близкими родственниками... Ограничения не имеют смысла, и весь мир существует для удовлетворения плотских прихотей» [3, С. 25].

Законодательно государство защищает нас от пассивного восприятия ненормативной лексики, происходящее благодаря телевизионным передачам, коммуникации с другими людьми и т.д. В административном кодексе есть статья, предусматривающая за нецензурную брань в общественных местах штраф в размере 5–10 МРОТ или административный арест на срок до 15 суток. Но пока данная статья до сих пор не реализуется на практике. И тогда возникает закономерный вопрос, как можно бороться с подобным феноменом современной культуры? На мой взгляд, именно медиаобразование может позволить решить эту проблему наиболее оптимальным и адекватным способом. Но для этого необходимо декларировать и утвердить задачу по очищению русского языка, как приоритетную для медиаобразования.

Таким образом, подводя итог статье, следует заключить, что различных мнений относительно ненормативной лексики существует достаточно много. Я привела лишь их малую часть, но вывод напрашивается только один: ненормативная лексика имеет право на существование, но в особых, исключительных ситуациях, не для всех, и лишь как дополнительная, далеко не

## Медиаобразование: от теории – к практике

основная, часть русского языка. А сам по себе – наш родной русский язык – должен быть чист, красив, богат и исключителен. Только тогда мы можем рассчитывать на то, что нравственность и духовность для следующих поколений не станет пережитком прошлого. И русская культура и искусство, как и прежде, будут уважаемы и известны во всем мире. Закончить мне хочется еще одним примером. Несколько лет назад, как директор выставочных проектов томского скульптора Леонтия Усова, я ездила с его выставкой в Париж. На открытии к нам подошла пожилая русская женщина очень интеллигентного вида и пригласила к себе в гости. Мы познакомились. Это оказалась княгиня Шеховская, последняя из династии Шеховских. Ее родители – русские эмигранты, вынужденные бежать из России в самом начале революции. Елена Александровна родилась и выросла уже во Франции. И русскому языку она училась только от своих родителей. Но если бы вы слышали, на каком чистом, красивом, удивительно музыкальном русском языке она разговаривала! Мы, русские люди, родившиеся в России (Леонтий – в Архангельске, я – в Томске, в семье двух профессоров), казались рядом с ней нерусскими иностранцами. И это было самое сильное впечатление, которое я привезла тогда из Франции!

### **Литература**

1. Анисимова Н. Нецензурщина как символ «нового времени» Материться или не материться? – вот что сделала «демократия» главным вопросом культуры – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://tr.rkrp-rpk.ru/print.php?1145>., свободный.
2. Макаров И. Реальность не может иметь один язык // Санкт-Петербургский государственный университет. – 2006. – № 18. – С. 18–35.
3. Писаренко Д. Детский мат // АиФ Москва. – 2007. – № 17. – С. 25–26.
4. Скоробогатова С. Люблю твою мать – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.sestrenka.ru/s915/>., свободный.

## Медиаобразование: от теории – к практике

**А. В. Онкович**

*Институт высшего образования АПН Украины*

### **Медиаобразование как интеллектуально-коммуникативная сеть в диалоге культур**

Информационное общество как новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания, характеризуется увеличением их роли в жизни общества; возрастанием доли информационных коммуникаций; созданием глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное информационное взаимодействие людей и удовлетворяющего их потребности в информационных продуктах и услугах. Среди индикаторов развития информационного общества – информационная культура, в частности – медиакультура и медиапедагогика.

Медиакультура – способность социума эффективно использовать медиаресурсы и применять передовые информационные технологии – формируется средствами медиаобразования. Медиаобразование, которое пользуется различными коммуникативными сетями, способно удовлетворить интеллектуальные потребности личности в полной мере

Сегодня, когда система образования базируется на деятельностном подходе, мы говорим о медиапедагогике как о совместной деятельности участников коммуникации (коммуникантов). С помощью медиаобразования, интерес к которому в последние годы значительно возрос, личность приобретает информационную свободу – право получать информацию, необходимую для жизни, развития и профессиональной деятельности, высказывать свои взгляды по поводу тех или иных явлений и событий, передавать информацию (и что более важно – знания) другим людям.

Медиаобразование как интеллектуально-коммуникативная сеть может рассматриваться с нескольких позиций. В частности, с одной стороны, можно вести речь об особенностях имен-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

но сети средств массовой коммуникации (всемирной, государственной, региональной и т.п.). Тем не менее, сегодня все чаще речь идет о сети сугубо медиаобразовательной, которая охватывает все большее информационно–образовательное пространство и направлена на создание (самосоздание) личности.

Многими учеными медиаобразование рассматривается как процесс обучения, освоение медиаграмотности. Медиаграмотность – способность использовать, анализировать и оценивать медийную продукцию. Некоторые исследователи именно «медиаграмотность» считают ключевой концепцией медиаобразования, в то же время понятие «медиаграмотность» и «медиаобразование» значительная часть педагогов и исследователей рассматривают как синонимы. На самом деле медиаграмотность дает возможность эффективнее применять медиасредства, медиаисточники, что вообще повышает не только медиакультуру, но и культуру в широком понимании.

Одним из важнейших уровней обучения медиаграмотности является допрофессиональная стадия медиаобразования [цит. по 2]. По мнению исследователей, цель допрофессионального образования – мотивационное самоопределение будущих специалистов к профессиональной деятельности. Допрофессиональное образование может быть получено в разных формах и видах образовательных структур: педагогических классах, школах, лицеях, факультетах, подготовительных курсах, отделениях при университете. Допрофессиональная медиаподготовка дает хорошую теоретическую и практическую подготовку, которая, в свою очередь, играет важную роль при выборе будущей специальности.

Направление «медиаобразование», выкристаллизовавшееся в педагогической науке в 60-е годы XX столетия, призвано помочь личности лучше адаптироваться в мире медиакультуры, овладеть языком средств массовой информации, научить анализировать медиатексты, воспринимать медиапродукт и т.п. с тем, чтобы эффективнее использовать знания, в которых человек нуждается. Приобрести их эффективнее можно именно через посредничество массовых коммуникаций, которые предназначены предоставлять информацию из разных сторон жизни социума.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

На сегодня в цивилизационном проекте «Медиаобразование» выделились три приоритетных направления – собственно медиаобразование, медиапедагогика и медиажурналистика. Заметим, что речь идет не только об особенностях подготовки журналистов, хотя исследователи-журналистиковеды пока что не всегда различают собственно журналистское образование и медиаобразование (Media Education), или медийное образование. По нашему мнению, настало время разграничивать эти понятия. Ведь учебная цель, скажем, педагогов, которые готовят профессиональных артистов балета (в нашем случае – журналистов), существенно отличается от цели их коллег, ведущих балетные или танцевальные кружки (в нашем случае – учат создавать газеты, снимать фильмы, ведут школы юнкоров и т.п.).

Журналистское образование – это профессиональное образование журналистов, подготовка квалифицированных кадров для медиаиндустрии, которые бы профессионально работали в средствах массовой информации.

Медиаобразование как процесс развития и саморазвития личности на материалах и с помощью средств массовой коммуникации призвано формировать культуру коммуникации, умение осознанно воспринимать, критически осмысливать, интерпретировать медиатексты с целью расширения общих, социокультурных и профессионально значащих знаний, коммуникативных и творческих способностей.

Сегодня медиаобразование условно разделяют на два больших блока: это – массовое медиаобразование (которое должно быть непрерывным, как настаивает большинство медиапедагогов) и профессиональное (вузовское). Каждый из этих блоков находит свое отражение в направлениях медиаобразования, выделенных ЮНЕСКО. Заметим, что сейчас не затрагиваем тему медиаобразования будущих профессионалов в сфере журналистики, которым современные технологии значительно облегчили и ускорили процесс «производства» медиатекстов (поиск, обработку и распространение), в том числе – не выезжая из редакции, дали возможность рассказывать о мероприятиях (событиях, явлениях и пр.), получать комментарий (или «заимствовать» его из других СМИ). Речь ведем о медиаобразовании как о «журналистике для всех». В СССР это направление (сна-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

чала с опорой на кинообразование и образование на материале печати, которые существовали еще с 20-х ГГ. XX столетия) активно стало развиваться в начале 80-х годов, однако сейчас российские исследователи и педагоги значительно опережают украинских коллег.

Сегодня в России есть специализация по медиапедагогике, учебные курсы по медиаобразованию и медиакультуре сегодня излагаются во многих высших учебных заведениях, выходят учебники и учебные пособия, издаются журналы «Медиаобразование» и «Образование. Медиа. Общество: пространство сотрудничества», защищаются диссертации. Даже перечень учебных программ, задействованных в русском образовательном пространстве, вызывает добрую зависть. В этом году на портале Министерства образования и науки Российской Федерации создан сайт «Электронная научная библиотека «Медиаобразование» (<http://edu.of.ru/medialibrary>)», постепенно пополняющаяся полными текстовыми публикациями ведущих российских медиапедагогов. Создание такой библиотеки обеспечивает широкий доступ пользователей (преподавателей, аспирантов, студентов высших учебных заведений, учителей и др.) к профессионально разработанному информационному ресурсу по тематике медиаобразования, медиаграмотности, медиакомпетентности, медиапедагогике.

Объединив несколько направлений медиаобразования, определенных ЮНЕСКО, А.В.Минбалеев и Э.С.Бесова [3] выделяют еще одно направление: допрофессиональное медиаобразование (при учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах). По их мнению, каждый из названных блоков можно представить в виде цепочек разных ступеней образования.

Медиаобразование как процесс обучения и (добавим) самообучения личности через посредничество средств массовой информации /коммуникации (СМК), по нашему мнению, должно предусматривать: 1) обучение журналистской деятельности (создание медиатекстов) в кружках журналистского мастерства; 2) обучение массовокоммуникационной деятельности (создание массмедийных продуктов – периодических изданий, фильмов, клипов, радиопередач и т.п.) на курсах и в кружках; 3) непосредственное использование продукции отраслевых СМИ

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

для повышения профессионального уровня; 4) опосредованное использование продукции СМИ в учебном процессе с целью улучшения профессиональных знаний (из языка, например); 5) использование СМИ как средства отдыха или удовлетворения свои нужд.

В процессе информатизации общества изменяется образ жизни социума, и каждое из направлений нуждается в соответствующих педагогических технологиях. Применение медиасредств неразрывно связано с использованием новых информационных технологий, что приобретает особое значение в профессиональной подготовке студентов, в повышении квалификации специалистов, самообразованию. Мы не считаем, что информационные технологии – это что-то принадлежащее только миру техники. Они настолько глубоко проникли в жизнь людей, что вычлнить их из общего мировоззренческого и культурологического контекста уже невозможно. Их влияние на личность – чуть ли не главная определяющая черта информационного общества, в котором информация и знания – основной продукт производства.

Среди наиболее значимых информационных технологий, формирующих интеллектуальные сети современного общества, – пресодидактика, теледидактика, кинодидактика, интернет– дидактика, мультимедиадидактика, которые мы объединяем в общее понятие «медиадидактика» и успешно применяем в учебном процессе. Поэтому вызывает сомнение дефиниция «медиаобразовательная технология» (в единственном числе), ведь каждый массовокоммуникационный источник нуждается в своих технологиях [7].

Президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России А.В.Федоров в сравнительном анализе современного состояния развития медиаобразования отмечает, что в медиаобразовательном процессе Украины ныне отмечаются два направления – киевское и львовское. Киевская группа медиапедагогов делает основную ставку на медиадидактику – «совокупность упорядоченных знаний, принципов, умений, методов, способов и форм организации учебного процесса на материале средств массовой коммуникации при интеграции медиапедагогики с другими дисциплинами», а львовский коллектив педагогов ориентируется на проблемы медийной экологии и связь

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

журналистики с медиаобразованием [4]. И приходит к выводу, что нарастающее внимание к проблемам медиапедагогики (см. например, диссертации А.Д.Онковича, 2004, и И.М.Чемерис, 2008) в двух наибольших научных центрах Украины – Киеве и Львове – позволяет оптимистически смотреть в будущее [4].

Как отмечает украинская исследовательница И.М.Чемерис, на современном этапе развития межкультурных коммуникаций украинское общество определяется в общеевропейском и мировом пространстве, осуществляет шаги к интеграции, опираясь на фундаментальные ценности собственной и мировой культур, руководствуется неотъемлемыми факторами демократического гражданского общества, среди которых особенно важными являются свобода слова, права человека на самовыражение, информацию. В условиях глобализации и информатизации все более значимой становится роль средств массовой информации в жизни общества. Особенности новой информационно-коммуникационной среды, состоящей из принципиально новых медиасредств, значительно расширяют возможности влияния медиакультуры на формирование взаимоотношений в обществе. От качества функционирования медиасистемы и профессионального уровня ее создателей непосредственно зависит уровень реализации взаимосвязей между всеми структурными частями общества [17].

Главная задача медиаобразования – подготовить граждан к жизни в информационном обществе, приобщить их обращаться за информацией из любых источников и в любом виде, осуществлять коммуникацию, предусматривать и – в случае необходимости – нейтрализовать последствия отрицательного влияния на человека массовокоммуникационных средств. Один из известнейших российских исследователей медиаобразования проф. А.В.Федоров под медиаобразованием понимает «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучение разным формам самовыражения с помощью медиатехники» [5]. Подчеркнем: постоянный процесс развития и саморазвития личности

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

с целью эффективного использования культуроведческой, профессионально значащей информации из массовокоммуникационных источников, информации, которая бы расширяла горизонты культурной памяти личности. Как свидетельствует анализ И.М.Чемерис [18], медиапедагоги разных стран теоретической основой развития медиаобразования считают положительное или же отрицательное влияние медиа на развитие личности – в частности – и общества – в целом, что обусловило выделение разных подходов, теорий и моделей медиаобразования.

Развитие средств массовой информации/коммуникации и их привлечение к процессу обучения и воспитания значительно активизировали творческий поиск педагогов во многих странах. Инновационная деятельность педагогов, не удовлетворенных традиционными условиями, методами, способами обучения и воспитания, была ориентирована прежде всего на качественно новые результаты. Это и вызвало выделение медиапедагогики в отдельную область, своим содержанием ориентированную на человека.

Сегодня медийная педагогика развита во многих странах мира, педагогические наработки которых для нас часто становятся инновационным ориентиром. В Германии, например, медиапедагогика (*Medienpädagogik*) уже заслужила признание. Главными направлениями исследований являются *Medienerziehung* (массмедиа в воспитании) и *Mediendidaktik* (массмедиа в обучении). Здесь сегодня готовят медиапедагогов в университетах и на факультетах коммуникативных технологий по направлению «Медиакультура» рядом с такими специалистами, как театральный, музыкальный, музейный, хореографический (танцевальный) педагог и библиопедагог. Заведующий отделом естественно-математических дисциплин Львовского научно-практического центра профессионально-технического образования АПН Украины Владимир Робак со ссылкой на немецких специалистов, утверждает, что «у них эта специальность довольно экзотическая». Он, в частности, отмечает, что отдельные составляющие медиакультуры (медиапсихология, медиамедицина, медиаправо, медиаэтика) «возникли в результате процесса интеграции между компьютерными науками и современными коммуникативными технологиями, с одной стороны, и соответствующими гуманитарными дисциплинами, с другой» [16, С.275]. Собственно

## Медиаобразование: от теории – к практике

и саму медиапедагогику, по мнению исследователя, можно рассматривать как интегральную область знания, хотя в ее структуре можно выделить составные части, характерные для педагогической науки. В.Робак предлагает свое определение медиапедагогики: это область педагогической науки, которая изучает процессы социализации, воспитания, обучения и развития личности медийными средствами – и отмечает, что потребность в исследованиях роли и места коммуникативных средств в формировании личности приобрела особую значимость именно через резкий рост количества потребителей медиапродукции [16, С.276].

В последние годы медиаобразование становится предметом рассмотрения украинских исследователей (А.Козлова (Моргун), Н.Войтко (Духанина), М.Гриневич, Г.Недоходюк, А.Д.Онкович, В.Робак, В.Фатими́на, И.Чемерис, Ю.Чернявская, О.Янишин и др.

Не настаиваем, но, наверное, можно говорить еще об одном направлении медиаобразования – медиасамообразование. Это актуально, поскольку сегодня речь идет об образовании в течение жизни, а взрослые люди, которые уже имеют какую-либо специальность, продолжают общение со средствами массовой информации. И часто именно уровень их медиаобразования побуждает к обретению новых знаний или их обновлению через СМИ.

### **Литература**

1. Кириллова Н.Б. Медиаобразование в эпоху социальной модернизации // Педагогика. – 2005. – № 5. – С.13–21.
2. Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия. Т. 1 / Гл. ред. В. В. Давыдов. – М.: Большая российская энциклопедия, 1993.
3. Минбалеев А.В., Бесова Е.С. Допрофессиональное медиаобразование и журналистика // Медиаобразование, 2008. – № 4.
4. Федоров А.В. Медиаобразование в России и Украине: сравнительный анализ современного этапа развития (1992–2008) // Медиаобразование, 2008. – № 4. – С. 23–45.
5. Федоров А.В. Медиаобразование, медиаграмотность, медиакритика и медиакультура // Высшее образование в России. – 2005. – № 6. – С. 134–139.
6. Федоров А.В., Новикова А.А. Электронная научная библио-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

тека «Медиаобразование»: начало пути // Медиаобразование, 2008. – № 4. – С. 14 – 22.

7. Хижняк И.М. Профессиональная подготовка будущих учителей иностранного языка на основе использования технологии медиаобразования // Автореферат дис. ... к. педаг. наук. – Пенза, 2008. – 20 с.

8. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: [http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob\\_no=823](http://www.edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=823), свободный

9. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В.Т.Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ „Перун”, 2001.– 1440 с.; перевид. – з додатками і доповненнями, 2005 р. – 1728 с.

10. Гоне, Жак. Освіта і засоби масової інформації / Переклад з французької – К.: „К.І.С.”, 2002. – 100 с.

11. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології: Навч. посібник. – К.: Академвидав, 2004. – 352 с. (Альма-матер)

12. Інформаційні технології і засоби навчання: Зб. наук. праць / за ред. В.Ю.Бикова, Ю.О.Жука / Інститут засобів навчання АПН України. – К.: Атіка, 2005. – 272 с. – С.249 – 255.

13. Медіа–освіта // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України: головний ред. В.Г.Кремень – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с. – С. 481.

14. Онкович Г.В. Пресодидактика. Читаймо газету разом! – Частина І. – Навч. посібник. – К.: ІСДО, 1993. – 60 с.

15. Потятинник Борис. Масова журналістська освіта – а чому б ні? // МедіаКритика: Щоквартальний дайджест електронного журналу. – Львов: ЗУМЦНЖ, 2005. – Ч.10. – С.7–10.

16. Робак Володимир. Допитання про розвиток медіапедагогіки у Німеччині // Другий український педагогічний конгрес: Збірник матеріалів конгресу. – Львів: ТзОВ Камула, 2006. – С.275 – 286.

17. Чемерис І.М. Формування професійної компетентності майбутніх журналістів засобами іншомовних періодичних видань: Автореф. ... кан. пед. наук. – К., 2008. – 20 с.

18. Чемерис І.М. Медіаосвіта за кордоном: теорії медіаосвіти та коротка історія розвитку // Вища освіта України, 2006. – № 3. – С.104 – 108

**Н. А. Тельцова**

*Томский Государственный Университет*

**Тема Отечественной войны 1812 года  
на страницах журналов XIX века  
«Современник» и «Библиотека для чтения».  
Опыт исследования роли редакционной политики  
в создании образа исторического события.**

Первую половину XIX века в истории России можно охарактеризовать как время общественного подъема в условиях правительственной реакции. Восстание декабристов стало одной из причин увлечения прогрессивных слоев общества политикой, в том числе и посредством журналистики. Чтобы пресечь инакомыслие, правительство ужесточило цензуру: согласно Цензурному уставу 1826 года журналистам запрещалось рассуждать о внутренней политике, о происхождении самодержавной власти не от Бога.

Следствием последекабрьской реакции и проникновения в журналистику буржуазных отношений стало возникновение «торгового» направления, которое рассматривало журнал как средство получения прибыли. Освещение политической жизни в таких изданиях носило верноподданнический характер, так как проблемы с цензурным ведомством могли уменьшить доходность проекта. Так, журнал «Библиотека для чтения» (основан в 1834 г, редактор – О.И. Сенковский) стал провозвестником «массовой» культуры, шел на поводу у вкусов массового читателя и интересов власти. Благодаря невысокой подписной плате к концу третьего года у журнала было около 7 тысяч подписчиков.

Издатели и авторы, не желающие мириться с несвободой печати, стремились донести до аудитории передовые идеи, раскрывая острые социальные и политические темы в инскапательной форме на страницах литературных журналов. Такой способ подачи материала представлялся единственной возможностью для полемики с официальным мнением в условиях цензуры. Литературным журналом прогрессивного направле-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ния стал «Современник», основанный в 1836 г. А.С. Пушкиным. Редактор намеревался противопоставить продажной печати новый тип издания. Задача журнала состояла в защите подлинно художественных ценностей, в утверждении гуманистических начал в жизни общества. В литературно-общественном журнале художественная проза и поэзия сочетались с публицистикой и литературной критикой. Отечественная война, декабристы, вопросы национальный и крестьянский характеризуют направление «Современника».

А.С. Пушкин предлагал альтернативное видение проблем общества и искусства; редактор официально объявил своей целью литературную полемику с «Библиотекой для чтения», а значит, с официальным мнением.

Материалы редактора «Библиотеки» отличались легким, остроумным, поверхностным стилем; О.И. Сенковский защищает субъективистскую позицию личного вкуса. Взгляды А.С. Пушкина в определенной степени сформированы идеалами декабристов. Для них характерно понимание общественной значимости писателя. Декабристская литература утверждает единство слова и поступка, слова и поведения. Пушкин понимал, что декабристское движение восходит к Отечественной войне 1812 года – войне за интересы народа, но не правительства, ставшей воплощением народного единения.

Тема двенадцатого года становилась особенно актуальной в канун 25-летия со дня начала Отечественной войны. За четверть века русская общественная мысль и журналистика более глубоко осмыслила характер войны как борьбы за освобождение от рабства, за национальную независимость. С другой стороны, на страницах реакционных журналов, исповедующих формулу официальной народности («православие, самодержавие, народность»), роль народа уходит на второй план, и все заслуги приписываются царю и Провидению. Следовательно, читатель воспринимает образ данного исторического события сквозь призму позиций разных изданий.

Цель настоящего исследования – определить влияние редакционной политики в раскрытии темы Отечественной войны 1812 года на создание образа исторического события в сознании аудитории издания.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Изучение способов формирования общественного мнения, представленных в периодике первой половины XIX века, актуально в свете проблем современной журналистики и медиаобразования. На современном медиарынке специфика освещения общественно-политической жизни в издании определяется позицией лица, которое финансирует издание и проводит через него свою политику. В связи с этим основной задачей аудитории становится умение распознавать скрытых мотивов коммуникатора и, сопоставляя информацию из разных источников, формировать для себя адекватный действительности образ события. Следовательно, анализ материалов изданий разных направлений, выходящих в знаковые для страны исторические периоды, может стать частью методики обучения работе с источниками информации.

На страницах журнала «Современник» тема войны представлена во многих жанрах: это художественная проза и поэзия, литературно-критическое эссе, рецензия, мемуары, очерк, аналитическая статья. Жанровое разнообразие способствует созданию многомерного, целостного образа войны. Элемент субъективности в жанрах мемуаров, поэзии, критики свидетельствует о редакционной политике внимания к личности автора – участника или интерпретатора войны, заявляет о важности в истории личности рядового человека. Подлинные герои Отечественной войны рассказывали о храбрости солдат, мужестве и находчивости партизан, любви народа к своему отечеству.

В «Библиотеке для чтения» об Отечественной войне рассказывали именитые офицеры, в частности, Н.В. Голицын. В центре внимания автора – не только Александр I, но и Бурбоны, восстановление которых на престоле радует французский народ. В выборе аспекта освещения темы войны проявляется проправительственная политика редакции.

Разный подход изданий к освещению темы проявляется даже при выборе единого объекта отображения. Так, в обоих журналах опубликованы рецензии на книгу И.Т. Радожицкого «Походные записки Артиллериста».

Н.В. Гоголь – автор рецензии в «Современнике» – проявляет интерес к жизни частного человека и достоверному, беспристрастному описанию событий очевидцем: «Ни один из наших

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

офицеров до сих пор не вздумал записать свои рассказы в той истине и простоте, в какой они изливаются изустно, – пишет Гоголь. – То, что случилось с ними, как с людьми частными, почитают они слишком неважными, и очень ошибаются. Их простые рассказы иногда вносят такую черту в Историю, какой нигде не дороешься» [6, С. 305].

В рецензии, опубликованной в «Библиотеке для чтения», акценты расставлены иначе. Отечественная война предстает не ожесточенной борьбой народа за независимость, а эпическим, «сказочным временем». Рецензия проникнута пафосом победы русского государства, именно оно здесь главное, а не очевидно: Александр I «вступал в Париж с громами русских побед, и был потом при Вертю, где радостно шумели орлы Русские в воинской потехе, увеселяя победителей» [5].

Тема народной войны на страницах «Современника» развивается в «Записках Н.А. Дуровой» и теоретической статье Д. Давыдова.

Работая над материалом «Записок», редактор изъясил те страницы, на которых фигура русской амазонки слишком заслоняла собой центральный сюжет – всенародную борьбу с иностранным нашествием. Таким образом, автор записок становится включенным в народную войну и, движимый патриотическими чувствами, наряду с остальными вносит свою лепту в борьбу за независимость.

Записки Дуровой свидетельствуют о подъеме духа солдат во время серьезных сражений. Рисуя картину битвы за Смоленск, Дурова пишет: «Эскадрон в минуту пришел в порядок и грозною тучею понесся навстречу неприятелю» [4, С. 73]. Описание битвы под Смоленском в «Записках» фактически представляет подлинный исторический документ, отражающий ход сражения и психологический настрой русского войска.

Факты и наблюдения, сообщаемые Дуровой, служили великолепным приготовлением читателя к обобщенно-теоретической характеристике Отечественной войны, данной Д. Давыдовым в статье «О партизанской войне». Давыдов утверждает, что идея партизанских действий родилась в ходе народной Отечественной войны, и организовали их не царь и дворяне, а те, кто понял истинный характер войны 1812 года.

Давыдов анализирует особенности войны 1812 г. и делает вывод о том, что именно в условиях затяжной войны парти-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

занское движение стало козырной картой русского войска. Д. Давыдов отмечает роль партизан как духовных вдохновителей солдат и мирных жителей. Образ народа поэтизируется, автор раскрывает его мощный духовный и военный потенциал: «Не знают они еще всех слоев лавы, покоящихся на дне ее [России]. Не разрушится ли все, что ни повстречается на широком пути урагана?» [3, С. 150-151].

Таким образом, на страницах «Современника» создается образ войны, как той экстремальной ситуации, в которой народ реализовал силу своего духа, проявил истинный патриотизм. Русский народ осознал характер войны и нашел способ победить, реализовав идею партизанского движения. В соответствии с авторской позицией Пушкина роль народа раскрывается через конкретные факты, которые иллюстрируются картинами духовного подъема.

Статьи Н.В. Голицына «Очерки военных сцен 1812-1814 годов» и «Очерки военных сцен 1814 года» в «Библиотеке для чтения» представляются своеобразной апологией теории официальной народности. В статьях обосновывается определяющая роль императора в войне, божественная предопределенность ее исхода, а также создается образ России как освободительницы Европы.

Образ Александра I насыщен религиозным смыслом. Он предстает в образе и грозного ангела, и кроткого агнца, который противостоит антихристу – Наполеону. Автор неоднократно акцентирует внимание читателя на том, что вся слава, все военные заслуги принадлежат царю: «Имя императора было у всех на устах, благоденствия его во всех сердцах» [1, С. 131]. К победе русских привел «Государь мудрый, просвещенный, великодушный».

По мнению автора, победа русской армии была предопределена свыше. Все успехи автор объясняет вмешательством Провидения. Повествуя о сражении под Вязьмой, автор отмечает, что неожиданно сильный мороз – «замечательное обстоятельство, которое ясно показывает, что перст Божий назначил французскую армию к истреблению» [2]. При этом Голицын как бы мимоходом указывает на более объективную причину поражения неприятеля: у французов не было припасов, чему, вероятно, способствовали русские партизаны, о роли которых говорят исследователи.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Ролью провидения автор прикрывает и очевидные ошибки военного руководства. При переходе через Эльбу при осаде Дрездена мост подожгли раньше, чем батальон Шлиссельбургского полка успел перейти через него. Солдаты оказались в смертельной опасности, однако сверхъестественным образом под мостом оказался брод. Но автор не верит в случайности: «В нашей армии не знают, что такое рок, и все относят к Провидению» [2].

Война в понимании Голицына – не борьба за духовную свободу народа, но борьба за православие как отвлеченную категорию, идею, укрепляющую концепцию «официальной народности». Наполеон наказан Александром за «неправедное вторжение в Россию и за оскорбление святых наших алтарей» [2], но не народной веры и духовной свободы.

Таким образом, проанализировав тематику и проблематику материалов об Отечественной войне 1812 года в журналах «Современник» и «Библиотека для чтения», можно сделать вывод о том, что позиция редактора, которая проявляется в отборе материалов для публикации, играет решающую роль в создании образа исторического события.

Редактор «Современника» обобщает опыт осмысления народной войны и создает ее документальный и поэтический образ. Это война, в которой народ реализовал силу своего духа, проявил истинный патриотизм. В войне каждый человек и все вместе, соборно, сражаются за духовную свободу. Личности, сыгравшие значительную роль в войне, изображаются монументально – в этом видится эпичность события, достоинство победы, одержанной русским народом. Отличительная черта исторической прозы «Современника» – публицистичность, перекличка с современностью. Таким образом, узкий круг читателей журнала воспринял передовые идеи о войне 1812 года. Массовой же аудитории, отдавшей предпочтение «Библиотеке для чтения», справедливой казалась мысль о решающей роли императора в борьбе за защиту государственных интересов.

Серьезное чтение и отношение к литературе, предложенные Пушкиным, не нашли должного отклика: тираж «Современника» постепенно уменьшается от 2400 экземпляров до 900. Содержание журнала отличалось такой умственной зрелостью, что он был недоступен пониманию массового читателя 1830-х. После смерти Пуш-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

кина «Современник» переходит в руки Плетнева, который превращает его в чисто литературный журнал. В период жесткой цензуры («мрачное семилетие» 1848-1855) «Современник» вновь теряет остроту, переходит на либеральные позиции «чистого искусства». Лишь в 60-е журнал вновь обретает прогрессивный характер, становится центром революционно-пропагандистских идей.

По-другому сложилась судьба «Библиотеки для чтения». В первые годы своего существования журнал удивлял читателей составом автором – здесь публиковался весь цвет российской словесности. Однако к концу десятилетия, после создания «Современника» и перехода «Отечественных записок» в ведение Краевского, именитые писатели и поэты покинули журнал. Расцвет популярности «Библиотеки» пришелся на период смятения общества после декабрьских потрясений и французской революции 1830 г. Спустя десятилетие читатели нашли отклик на запросы времени в «Отечественных записках» и «Современнике» и отхлынули от «Библиотеки для чтения».

Судьбы журналов «Современник» и «Библиотека для чтения» свидетельствуют об определенной эволюции читательской аудитории. Интерес к массовым, консервативным изданиям сменяется потребностью в качественной публицистике, прогрессивным идеям, которые дают ориентиры в окружающей действительности, помогают понять сущность важных исторических событий. Таким образом, проблема, которую мы наблюдаем в раннем периоде русской журналистики, – проблема воспитания журналом своей аудитории – актуальна по сей день.

### Литература

1. Голицын Н.В. Очерки военных сцен 1814 года // «Библиотека для чтения», 1836, – № 29.
2. Голицын Н.В. Очерки военных сцен 1812-1814 годов // «Библиотека для чтения», – 1836, – № 26.
3. Давыдов Д. О партизанской войне // Современник, – 1836, – № 3
4. Дурова Н.А. Записки Н.А. Дуровой // Современник, – 1836, – № 2
5. Новые книги // «Библиотека для чтения», – 1836, – № 28
6. Новые книги // Современник, – 1836, – № 1

### Глава II. Методологические проблемы медиаобразования

**И. В. Григорьева**

*Иркутский государственный  
лингвистический университет*

#### **Медиаобразовательное пространство как условие развития современного специалиста в области образования: постановка проблемы**

Переход РФ на новый этап развития сопровождается глобальными изменениями в мире, которые связаны со сменой массового мировоззрения и системой ценностей, переходом к новому типу общества – информационному. Анализ современных научных источников показал, что теперь современное общество характеризуется: «...увеличением роли информации и знаний в жизни общества; возрастанием доли информационных коммуникаций; созданием глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах»[3]. Между тем, многие сферы общества и образование, в частности, не готовы к созданию благоприятных медиаусловий для гармонизации отношений между образованием и интенсивно развивающимися СМИ. В результате чего у современной общественности сформировалось четкое осознание необходимости педагогических усилий для выстраивания отношений между обществом и медиа. В этом деле, по мнению современных медиапедагогов (А.В. Шариков, Л.С. Зазнобина, А.В. Федоров, И.В. Челышева и др.) призвано прийти на помощь медиаобразование. Отсюда понятна важность интенсивного развития медиаобразования, которое А.В. Федоров, доктор педагогических наук, профессор, президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, главный редактор журнала «Медиаобразование» и его последователи понимают как процесс развития личности с

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

помощью и на материале средств массовой коммуникации (масс-медиа) с целью формирования культуры общения с ними, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, анализа, интерпретации и оценки медиатекстов – то есть, разнообразных произведений, распространяемых через массмедиа. [9, С.3]. Медиаобразование, на наш взгляд, область знаний, которая не ставит перед собой задачи оградить современное поколение от влияния медиа. В первую очередь, медиаобразование призвано подготовить молодых людей к жизни в информационно-насыщенном обществе, т.е. научить жить в гармонии с СМИ, осуществлять компетентную навигацию в информационном пространстве, научить учиться для себя и с толком для будущей карьеры, рационально используя контент информационного пространства.

Сегодня становится всё более очевидным, что основной функцией медиаобразования будущего педагога является создание условий для развития медиакомпетентности – саморазвивающейся, самодостаточной личности, отвечающей за свои поступки, проявляющей себя субъектом социального бытия (Э. Фромм), свободно реализующейся в динамичном мире информации. Проблема формирования такой личности выходит далеко за рамки профессионального образования, и задача взаимодействия с информационной средой, в которой происходят важнейшие процессы непрерывной социализации человека, становится сегодня насущной в теоретическом и практическом плане. Проведенный нами анализ современного положения в сфере СМК показал, что в информационном постиндустриальном обществе существует социальный заказ на формирование медиакомпетентной личности, которая была бы способна осуществлять поиск, отбор, использование, оценку информации в плотном информационном поле современного общества; создавать и передавать медиатексты в различных форматах СМК. Подобная ситуация по мнению Л. Казанцевой «приводит к необходимости ведения работы по изучению средств массовой коммуникации в вузе, следовательно, необходимо вести целенаправленную работу по формированию готовности студентов педагогических специальностей к реализации медиаобразования в общеобразовательных учебных учреждениях [6].

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Современные требования к организации медиаобразования в педагогических вузах предполагают интенсивные поиски различных форм и способов взаимодействия социокультурных институтов (медиа и образования), которые могли бы суммировать векторы современной интеллектуальной, профессиональной, духовной, художественной и т.д. жизни формирующегося специалиста сегодняшнего дня. Стратегия формирования медиакомпетентного специалиста в области образования может быть, на наш взгляд, определена созданием единого медиаобразовательного пространства педагогического вуза. Само понятие «медиаобразовательное пространство» является результатом очевидного процесса – обогащения понятийного аппарата современной медиапедагогики, и следствием интеграции медиа и образования.

В отечественной науке в последние десятилетия появляется корпус исследований, посвященных проблеме организации интеграции педагогики и искусства в медиасреде [8, С.7], информационно-коммуникационной среды [5, С.7], лично-ориентированных электронных образовательных ресурсов и сред [1, С.9] и др. Отмеченные исследования касаются «осовременивания воспитательного процесса, происходящего в высшей школе [1]», «содержательного наполнения этой среды [2]», «создания педагогически спроектированной информационно-образовательной среды учебного заведения, подключенной к мировому образовательному пространству и удовлетворяющей культурно-образовательные потребности современного молодого человека [4]». Как и на начальной стадии своего генезиса, информационное пространство, Интернет пространство, виртуальное пространство, медиаобразовательное пространство остаются скорее предметами дискуссий, чем устоявшимися направлениями современного познания. При этом если каждое из рассматриваемых понятий, взятое как таковое, имеет соответствующую «литературу вопроса», то проблема медиаобразовательного пространства в образовании, несмотря на её остроту, сегодня слабо изучена, а аспект проектирования открытого медиаобразовательного пространства России, активно взаимодействующего с глобальной инфосферой представляется

## Медиаобразование: от теории – к практике

практически неразработанным. Выступая с тех позиций, что медиаобразовательное пространство является частью исследовательского поля, охватывающего проблему организации открытого образовательного пространства. Вследствие этого мы решаем рассматривать медиа- и образовательное пространства как взаимодополнительные, органично создающееся медиаобразовательное пространство на основе интеграции образования и информационной карты мира. Мы разделяем точку зрения Л.А. Ивановой о том, что «если этой взаимодополнительности нет, если нет обустройства перехода от одного типа пространства к другому, то свойства пространства искажаются, пространства искривляются, порождают кривые образы» [2, С. 223]. Поэтому становится актуальным поиск способов их интеграции для достижения целей современного образования. Это связано с тем, что жить и работать выпускникам новой образовательной системы придется в открытом информационном обществе, где приоритетную роль будут играть знания об информационных процессах и новых информационно-образовательных технологиях. Анализ диссертационных работ и монографий, попавших в поле зрения исследования, показал некоторые стремления отдельных авторов охарактеризовать (выделить черты и свойства) информационное пространство, информационно-образовательную среду. Учитывая мнения авторов занимающихся исследованием данных объектов, положив в основу идеи А.И. Каптерева о свойствах информационного пространства [7], попытаемся выделить основные черты медиаобразовательного пространства как условия развития современного специалиста в области образования, готового к реализации медиаобразования в общеобразовательных учебных учреждениях. Следует заметить, что вышеупомянутые исследования проводились в ином контексте, не связанном ни с интеграцией медиа- и образовательного пространства как взаимодополнительных, ни с подготовкой учителя начала XXI века. Разрабатывая эту проблему, мы определили группу свойств медиаобразовательного пространства. Целостность, понимаемая нами в качестве единства всех объектов и субъектов открытого образовательного простран-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ства, а также гармонизации отношений между образованием и интенсивно развивающимися СМИ, между пространством образования и медиа. Коммуникативность, логика данного свойства в том, что медиаобразовательное пространство предполагает возможность дистанционного, интерактивного, профессионально-культурного взаимодействия всех субъектов открытого образовательного пространства в форматах: студент–преподаватель, студент–студент, преподаватель–преподаватель, преподаватель–работодатель, студент–работодатель (за основу, мы взяли интерактивную модель медиаобразования И.В. Жилавской). [4]. Высокая динамичность, расширение его рубежей через увеличение числа и сложности информационно-образовательных объектов, а также повышение плотности информационного слоя, увеличивающего свою насыщенность благодаря росту взаимосвязей между субъектами деятельности образовательного процесса. Еще одним доказательством динамичности является тот факт, что медиаобразовательное пространство, так или иначе, является фрагментом инновации. Вариативность, так как содержание медиаобразовательного пространства каждого вуза может отличаться в силу того, что разные вузы имеют свою направленность (художественную, лингвистическую, военную, юридическую), т. е. контент медиаобразовательного пространства формируется из содержания образования. Далее мы видим смысл в определении основных черт медиаобразовательного пространства. Первой и отличительной его чертой, на наш взгляд, является внедрение в содержание образовательного пространства информационно-коммуникационных технологий, которые поддерживают создание, хранение, обновление и передачу всем субъектам образовательного процесса актуального учебного материала, в электронном формате, представляющего по своей сути огромную информационно-справочную базу разных областей знаний. Второй чертой медиаобразовательного пространства является наличие автоматизированной системы обучения, осуществление компьютерной диагностики и контроля учебных знаний и умений. Третьей чертой является то, что медиаобразовательное пространство организуется под

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

сильным влиянием мировых образовательных информационных ресурсов. В медиаобразовательном пространстве помимо целенаправленного формирования медиакомпетентности будущего специалиста, происходит переосмысление роли, функций и деятельности обучающегося с позиций формирования у него учебной и профессиональной автономии (самостоятельности). Это означает формирование у него таких качеств личности, как инициативность, ответственность, рефлексия, самооценка и самоконтроль, готовность к самообразованию, саморазвитию и самосовершенствованию, что ценно с позиций современного работодателя. Таким образом, мы видим, что медиаобразовательное пространство дает личности, находящейся в нем, больше преимуществ. Данное понятие представляет собой модель нового пространства профессионального образования, поддержка которого происходит посредством современных информационных технологий. Продолжая рассуждать о медиаобразовательном пространстве мы приходим к мысли, что поиск путей разрешения вопроса реорганизации образовательного пространства российского высшего образования требует разработки научно обоснованной системы интеграции медиа и образовательного пространства предусматривающей формирование медиакомпетентной личности будущего педагога. Принимая во внимание позиции ведущих медиапедагогов России (А.В. Федоров, Н.А. Коновалова), под медиакомпетентной личностью будущего педагога, мы понимаем способность личности, осуществлять культуросообразные виды деятельности (поиск, отбор, использование, критический анализ, оценка информации; создание и передача медиатекстов; владение технологиями создания медиапродуктов; опыт в реализации социально значимых медиапроектов; опыт проектирования медиаобразовательного пространства для своих учащихся), т.е. овладение комплексом умений, помогающих ему осуществлять профессионально-культурный диалог с информационным обществом. Отсюда можно предположить, что преподаватель вуза, поставив перед собой цель, сформировать медиакомпетентную личность в лице студента – будущего педагога к осуществлению профессионально-культурного

## Медиаобразование: от теории – к практике

диалога с информационным обществом, должен организовать подготовку студентов к реализации медиаобразования в общеобразовательных учебных заведениях путем создания медиаобразовательного пространства вуза. Этот процесс, как мы считаем, будет успешным при реализации следующих организационно-педагогических условий образовательного процесса ВУЗа:

- включение в стандарты высшего педагогического образования медиаобразовательного блока;
- качественная организация медиаобразовательного пространства ВУЗа, насыщение занятий по дисциплинам учебного плана содержанием медиаобразовательного характера;
- последовательная реализация медиаобразовательного потенциала дисциплин учебного плана в процессе их изучения студентами через привлечение студентов к активной медиадеятельности.

На наш взгляд именно такой подход к подготовке позволит решить проблему формирования медиакомпетентных специалистов в области образования, готовых к реализации медиаобразования в общеобразовательных учебных учреждениях.

Итак, в нашей статье мы постарались отразить, как в условиях информационного постиндустриального общества актуализируется вопрос оптимизации модели образовательного пространства высшего образования, усиления роли медиаобразования. Нами была предпринята попытка осмысления нового для современного научно-педагогического исследования феномена как медиаобразовательное пространство. На основании уже имеющихся в педагогической литературе идей были определены свойства и черты медиаобразовательного пространства. Подводя итоги, хотелось бы отметить, что для решения, пока ещё сложной на современном этапе, задачи подготовки медиакомпетентного специалиста, необходим поиск новых концепций, подходов в образовании, способов взаимодействия социокультурных институтов (медиа и образования), которые могли бы суммировать векторы современной интеллектуальной, профессиональной, духовной, художественной и т.д. жизни, формирующегося специалиста сегодняшнего дня в едином медиаобразовательном пространстве.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

### Литература

1. Гура В.В. Теоретические основы педагогического проектирования личностно–ориентированных электронных ресурсов и сред [Текст]: автореф. дис. ... д–ра пед. наук / В. В. Гура. – Ростов н/Д., 2007. – 43 с.
2. Иванова Л.А. Медиаобразовательное пространство в стратегии инновационного развития высшего профессионального образования в современной России: постановка проблемы // Педагогическая теория, эксперимент, практика / Ред. Т.А. Стефановская. – Иркутск: Изд–во Иркут. Ин–та повыш. квалиф. работ. образования, 2008. – С. 215–228.
3. Информационное общество // Глоссарий. ru [Электронный ресурс].– Электрон. дан.– Б. м., 2006. – Режим доступа: [http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_sch2.cgi?Rlt\(uwsg.outtul!uh\\$Ixyiu](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi?Rlt(uwsg.outtul!uh$Ixyiu)
4. Жилавская И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразованных стратегий и технологий [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10/ И.В. Жилавской. – Москва, 2008. – 24 с.
5. Зенкина С.В. Педагогические основы ориентации информационно–коммуникационной среды на новые образовательные результаты [Текст]: автореф. дис. ...д–ра пед. наук /С. В. Зенкина. – М., 2007. – 48 с.
6. Казанцева Л. Педагогические условия подготовки будущих специалистов к реализации медиаобразования в учебном процессе [Текст]/ Л. Казанцева // Учитель. – 2006. – № 5. – С. 57–62.
7. Каптерев А. И. Информатизация социокультурного пространства [Текст]: спец. изд. проект для библиотек / А.И. Каптерев. – М. : ФАИР–ПРЕСС, 2004. – С. 59–63.
8. Максимова Г.П. Модернизация воспитания в высшей школе на основе интеграции педагогики и искусства в медиасреде [Текст]: автореф. дис. ...д–ра пед. наук / Г.П. Максимова. – Ростов н/Д., 2007. – 49 с.
9. Федоров А.В. , Чельшева И.В. Медиаобразование в России: краткая история развития [Текст]: монография / А.В. Федоров, И.В. Чельшева. – Таганрог: Познание, 2002.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

**И. М. Дзялошинский**

Государственный университет

Высшая школа экономики

### **Медиаобразование: педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций?**

*Поэтом можешь ты не быть,  
Но гражданином быть обязан.*

*А.Н. Некрасов*

### **Медиаобразование: педагогический и гражданский подходы**

Медиаобразование, как концептуальная модель, возникло в странах с доминирующей либеральной идеологией. И понятно почему: с одной стороны, в этих странах фиксируется беспрецедентное развитие разнообразных СМИ, создающих огромное количество информационного шума; с другой – существенное понижение гражданской активности, выражающееся в неуклонном падении количества людей, принимающих участие в избирательных кампаниях и других формах гражданского поведения. Все это поставило в повестку дня западных обществ вопрос о поиске новых форм вовлечения граждан в дела общества. В связи с этим возникла теория социальной ответственности СМИ, появилась идея медиаобразования. Причем с самого начала внутри корпуса разработчиков этой идеи боролись два подхода.

Один из них (его можно назвать педагогическим) постулировал тезис о том, что «под медиаобразованием (media education) следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких как, например, математика, физика, география».[21, С. 8] Аналогичная формулировка содержится в «Педагогическом энциклопедическом слова-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ре», который определяет медиаобразование как «направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.) Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств»[9, С. 138].

Другими словами, речь шла лишь о том, чтобы создать квалифицированную (или, как сейчас говорят, компетентную) аудиторию СМИ.

Сторонники второго подхода (его можно назвать гражданским) полагают, что «медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии...»[22, С. 152].

Известный теоретик в области медиа Дж. Гербнер понимает медиаобразование как формирование коалиции «для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания медиа как нового подхода к либеральному образованию»[18]. Один из лидеров современного медиаобразовательного движения Б. Мак-Махон пишет, что «в эпоху терроризма и войн XXI века медиаобразование молодежи становится настоятельным требованием демократического общества»[20, С.3].

Были, разумеется, и попытки совместить оба подхода. Так, в одном документе говорится: «Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции» [13].

И вряд ли является случайным совпадением то обстоятельство, что параллельно с развитием концепций медиаобразования ООН, ЮНЕСКО, Совет Европы много внимания уделяли идеям гражданского образования. Так, Генеральной Ассамблеей ООН была принята Всемирная программа образования в области прав человека. В документах пятьдесят девятой сессии Генеральной Ассамблеи ООН следующим образом раскрывается содержание понятия «образование в области прав человека»: «...усилия по образованию, обучению и информированию, которые предпринимаются для создания всеобщей культуры прав человека путем обмена знаниями, привития навыков и формирования позиций, которые направлены на:

- укрепление уважения прав человека и основных свобод;
- всестороннее развитие человеческой личности и чувства человеческого достоинства;
- содействие взаимопониманию, терпимости, равенству мужчин и женщин и дружбе между нациями, коренными народами и расовыми, национальными, этническими, религиозными и языковыми группами;
- обеспечение для всех людей возможности эффективно участвовать в жизни свободного и демократического общества, в котором господствует право;
- строительство и поддержание мира;
- обеспечение устойчивого развития в интересах общества и социальной справедливости.

...Образование в области прав человека охватывает:

- знание и навыки – изучение прав человека и механизмов обеспечения их защиты, а также приобретение навыков применять их в повседневной жизни;
- ценности, мировоззренческие подходы и поведенческие модели – развитие ценностей и укрепление мировоззренческих подходов и поведенческих моделей, отстаивающих права человека;
- действия – принятие мер по защите и поощрению прав человека» [8].

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

В России практически не заметили, что 2005 год был объявлен Советом Европы Европейским годом гражданственности через образование. В соответствующем документе Совета Европы подчеркивалось: «Цель года – познакомить людей с фактом, что гражданственность – всеобъемлющее, а не только юридическое и политическое понятие. С одной стороны, гражданственность подразумевает, что все граждане, женщины и мужчины, должны в полной мере пользоваться правами человека и чувствовать свою защищенность со стороны демократического общества. С другой стороны, гражданственность также подразумевает, что каждый должен вовлечься в вопросы, касающиеся жизни в обществе, и действовать на протяжении своей жизни в качестве активного и ответственного гражданина, уважающего права других.

Образование, направленное на воспитание демократической гражданственности (EDC), и образование в области прав человека (HRE) могут помочь развитию критического мышления и обучению жить вместе. Они поощряют взаимопонимание, межкультурный диалог, солидарность, гендерное равенство и гармоничные отношения внутри народов и между народами. Они пробуждают чувство принадлежности к ценностям Совета Европы и принципам свободы, политического плюрализма, прав человека и верховенства закона и содействуют пониманию этих ценностей.

Год не рассматривается как кампания, которая должна закончиться в конце 2005 г. Скорее это политические рамки действий, которые должны быть предприняты на уровне государств-членов и станут началом устойчивого процесса, который, как ожидается, продолжится и в последующие годы»[2].

Потом идея медиаобразования пришла на российскую землю. Разумеется, она пришла не в чистое поле. Были и в советское время эксперименты по повышению медийной (как сейчас говорят) культуры населения. Однако масштабные исследования и эксперименты начались в 80-е, и особенно 90-е годы XX века. И – так уж получилось – подавляющее большинство российских специалистов в области медиаобразования оказались сторонниками первого подхода. Так, лидер медиа-

## Медиаобразование: от теории – к практике

образовательного сообщества А.В. Федоров рассматривает медиаобразование в современном мире как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники [10]. Даже такие признанные авторитеты в области СМИ, как Е.Л. Вартанова и Я.Н. Засурский, полагают, что «медиаобразование = защита от СМИ + подготовка к анализу СМИ = понимание сущности функций СМИ + осознанное участие в медиакультуре»[1].

Поскольку основной смысл медиаобразования, по мнению сторонников первого подхода, заключается в повышении медиакомпетентности индивидов, постольку особое внимание в соответствующих работах уделено анализу этой категории, которая активно обсуждается как российскими, так и зарубежными специалистами. Глубокий анализ существующих точек зрения на этот предмет представлен в работах А.В. Федорова, к которым мы и отсылаем всех интересующихся этим вопросом [11]. Для нас важно, что все проанализированные А.В. Федоровым авторы, да и он сам, размышляя о показателях медиакомпетентности, ограничиваются исключительно медийной сферой. Словно умение потреблять и производить медиатексты нужно исключительно для того, чтобы потреблять и производить медиатексты. Для примера приведем разработанную А.В. Федоровым классификацию показателей медиакомпетентности личности (таблица 1)[12].

**Таблица 1.**  
**Классификация показателей**  
**медиакомпетентности личности**

Показатели медиакомпетентности:	Расшифровка содержания показателей медиакомпетентности личности:	Соответствие данного показателя основным понятиям медиаобразования:
---------------------------------	--	---

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

мотивационный	мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.	да
контактный	частота общения/контакта с медиа и произведениями медиакультуры (медиатекстами)	да
информационный	знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации	да
перцептивный	способности к восприятию медиатекстов	да
интерпретационный/ оценочный	умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме и медиатексты разных видов и жанров на основе определенных уровней развития медиавосприятия и критического мышления	да
практико-операционный (деятельностный)	умения выбирать те или иные медиа и медиатексты, создавать/распространять собственные медиатексты, умения самообразования в медийной сфере	да
креативный	наличие творческого начала в различных аспектах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа	да

## Медиаобразование: от теории – к практике

Кажется, единственный, кто слегка выходит за границы данной парадигмы, это А.П. Короченский, который подчеркивает, что «в наши дни все возрастающее распространение получает более широкое понимание медиаобразования как развернутой долговременной общественно-просветительской деятельности. Его приверженцы понимают под медиаобразованием прежде всего непрерывное развитие в обществе культуры адекватного рационально-критического восприятия содержания медийных текстов и самостоятельной оценки деятельности средств массовой информации – информационной культуры, основанной на демократических и гуманистических идеалах и ценностях, на уважении принципа культурного многообразия» [6, С 187-188]. Возможно, к сторонникам второго подхода можно отнести и И.В.Жилавскую, которая дает следующее определение: «медиаобразование – это совокупность системных действий, направленных на формирование личности, обладающей культурой общения со средствами массовой информации, умением интерпретировать существующие и создавать собственные медиатексты, основываясь на гуманистических идеалах и ценностях» [3, С.17].

### **Медиакомпетентность или медиаактивность?**

На мой взгляд, социальный смысл медиаобразования заключается не столько в повышении медиакомпетентности индивида, сколько в формировании установки на медиаактивность. В связи с этим необходимо ввести в оборот исследователей соответствующий понятийный аппарат. Что касается понятия «медиаактивность», то оно пока что используется исключительно в пиарологической литературе для обозначения присутствия в информационном пространстве различного рода бизнесов, институтов и политических фигурантов. Вот характерные заголовки соответствующих публикаций: «Глава Чувашии восстанавливает позиции в рейтинге медиаактивности губернаторов»; «Медиаактивность крупнейших производителей водки в июле 2007 года»; «Медиаактивность молочных марок (на примере российского рынка)».

Представляется, что понятию «медиаактивность» следует придать более строгий и точный смысл.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Сначала попытаемся определиться по отношению к понятию «активность». Оно широко используется в различных сферах науки как самостоятельно, так и в качестве дополнительного в различных сочетаниях, например, таких: активный человек, активная жизненная позиция, активное обучение, активист. А.И. Крупнов определяет активность человека как «особое состояние, предрасположенное к тому или иному взаимодействию, или относительно устойчивое свойство, проявляющееся в уровне интенсивности реализации поведения, деятельности и их результате, устойчивости и объеме взаимодействия, исходящего из внутренней его инициативы»[7].

Таким образом, если не вдаваться в детали, активность человека можно рассматривать как важнейшее качество личности, определяющее его способность изменять окружающую действительность в соответствии с собственными потребностями, взглядами, целями. При этом важно, что активность отличается от деятельности тем, что она позволяет, и даже побуждает человека браться за дела, которые не имеют гарантированного результата. Активность – это готовность действовать в условиях неопределенности.

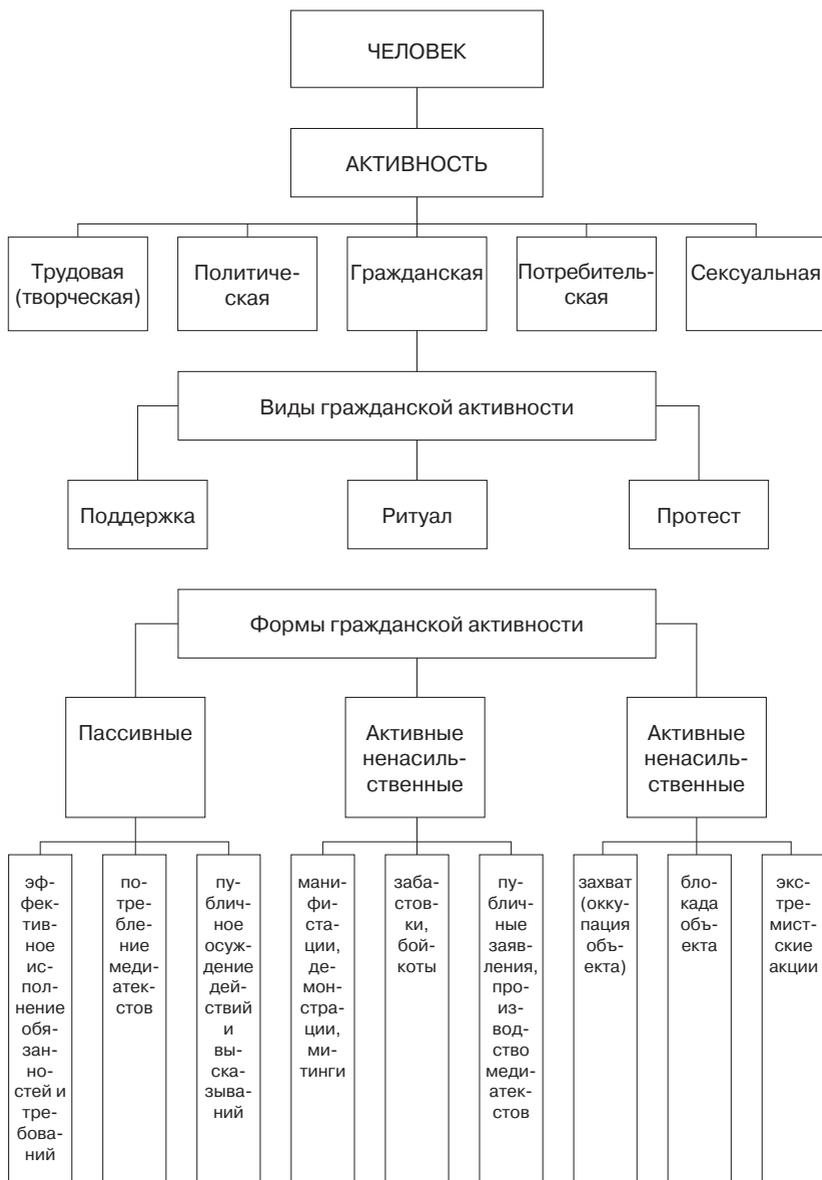
Активность индивида проявляется в различных типах, видах и формах. На рисунке 1 приведена одна из возможных схем, помогающих увидеть многообразие человеческой активности.

Определяя место медиаактивности в системе «активностей», в качестве гипотезы можно предположить, что активность человека представляет собой многослойный «пирог», состоящий, по крайней мере, из трех слоев:

- ведущая активность (например, трудовая, или гражданская, или любая другая из перечисленных выше);
- информационная активность<sup>1</sup>, направляющая энергетику личности на поиск информации, необходимой для реализации ведущей активности, во всех имеющихся ресурсах;
- медиаактивность, управляющая действиями индивида по поиску (или производству) информации в медиасфере<sup>2</sup>.

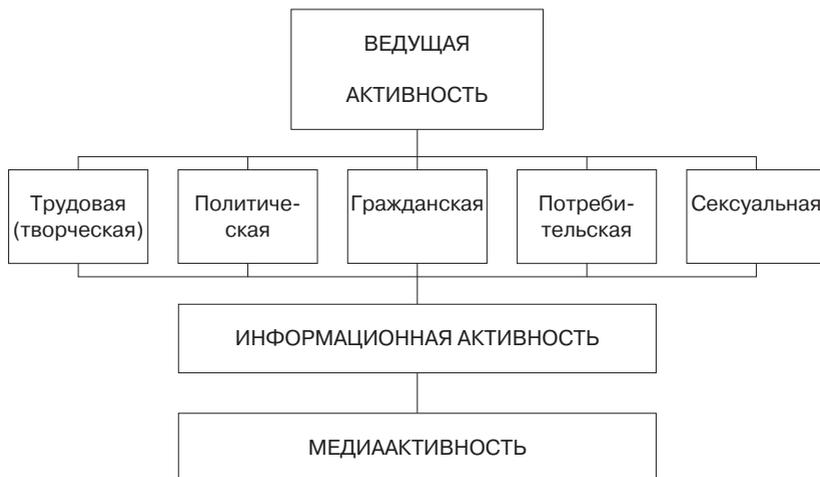
Схематично это можно представить в следующем виде (рисунок 2).

**Рисунок 1. Схема активности человека**



## Медиаобразование: от теории – к практике

**Рисунок 2. Взаимосвязь ведущей, информационной и медиа-активности человека**



Обратившись к анализу внутреннего строения медиа-активности, целесообразно напомнить о формуле, предложенной в 29 статье Конституции РФ, в которой сказано, что каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом.

В этой схеме нет важного элемента – потребления информации. Если его добавить, то можно выделить шесть основных видов медиа-активности:

- поиск
- получение
- потребление
- передача
- производство
- распространение массовой информации

В этой связи интересным является предположение, что рост (или понижение) медиаактивности населения в разных странах может служить индикатором вектора развития этих стран. При этом важно понимать, какую именно информацию производят и потребляют разные социальные группы. Например, известно, что в среднем американские домохозяйства сегодня тратят сово-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

купно на все медиаканалы 9,6 часов в день, в то время как в 2000 году этот показатель составлял лишь 9,1 часов[14]. Есть и другие, более интересные показатели. Совместное исследование консалтинговой компании BIGresearch и The Media Center (исследовательское подразделение Американского института прессы) показало, что сегодня 61,8 процентов американцев, ищущих информацию в Сети из дома, одновременно с этим смотрят телевизор. Радио нисколько не мешает работать в интернете 52,1 проценту опрошенных. 46,9 процентов респондентов признались, что совмещают прослушивание радиопрограмм и чтение газет, а 17,7 процентов умудряются одновременно слушать радио и смотреть телевизор. У 65 процентов опрошенных регулярно или довольно часто включен телевизор во время чтения книг, у 74,2 процентов – во время чтения газет. Впрочем, доля совмещающих телесмотрение с иными видами умственной деятельности находится в прямой зависимости от жанра телепередачи, замечают авторы доклада. Если смотреть обычный кинофильм и читать при этом газету умудряются 64,3 процентов респондентов, то за поворотами сюжета полицейского детектива поверх газеты способны следить лишь 56 процентов. Читать газету во время показа комедии могут лишь 51,5 процентов респондентов[15].

81 процент современных детей и подростков, то есть каждые восемь из десяти, способны одновременно пользоваться сразу несколькими медиаканалами – например, смотреть телевизор и играть в видеоигры – и регулярно это делают. Это следует из очередного исследования фонда Kaiser Family Foundation «Медийная многозадачность среди американской молодежи: пространенность, парность, прогнозы». Лишь каждый пятый подросток (19 процентов опрошенных) заявил, что не потребляет медиаинформацию по нескольким каналам сразу[16].

По данным этого исследования, дети, для которых было обычным делом работать на компьютере, куда чаще практикуют мультизадачность, чем их «некомпьютеризированные» сверстники. 64 процента детей, которые используют компьютер, заявили, что практикуют во время работы мультизадачность. По данным аналитической компании Burst Media, подростки нередко даже умудряются делать домашние задания, совмещая

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

процесс с просмотром телепередач или иным подобным видом деятельности [14].

«Медийная многозадачность часто воспринимается как нечто само собой разумеющееся, однако на самом деле эта особенность самым глубоким образом меняет способность потребителя воспринимать и помнить однажды увиденный контент и рекламные сообщения», – подчеркивает Дебра Аго Уильямсон, старший аналитик eMarketer и автор доклада «Многозадачные потребители: есть ли на самом деле с ними связь?». «В течение дня потребители используют так много медийных каналов, что исследователи уже начинают говорить о том, что двадцатичетырехчасовой день для таких людей превращается в нечто гораздо более длинное», – замечает она [14]. По данным исследования, проведенного совместно Yahoo! и OMD, потребители сегодня в среднем «проживают» не 24, а 43 часа в сутки. В частности, 16 часов в этих «сутках» у них оказывается заполненным медиа- и технологическими каналами.

Ситуация в России выглядит несколько иначе. В докладе заместителя руководителя Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям А.Ю. Романченко, с которым он выступал в марте 2006 года на 10-м Интернет Форуме, сказано, что в России среднее время телесмотрения составляет 3 часа 36 минут, радиопрослушивания – 3 часа 48 минут, на чтение газет уходит в среднем 12 минут в день, на пролистывание журналов тратится в среднем 6 минут в день, как и на просмотр видео, музыкальные диски слушаются 18 минут в день. Интернет занимает внимание россиян в среднем 6 минут в день<sup>3</sup>.

Что касается активности в Рунете, то наибольшая часть интернет-аудитории занимается поиском информации, скачиванием файлов и использованием программ для общения. В меньшей степени российские интернетчики используют интернет активно: играют в сетевые игры, ведут блоги, используют программы для голосового общения, осуществляют финансовые операции и покупки в интернете. Такой вид активности подразумевает хорошее качество связи и высокий уровень сетевой безопасности [17].

Проводимые нами исследования [5] показали жесткую зависимость информационной и медиаактивности населения от

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

множества факторов: пола, возраста, образования, профессии, социального статуса. Но самым главным фактором оказалась степень включенности (или невключенности) индивида в экономические, политические, социальные отношения. Чем активнее индивид участвует в политических или гражданских действиях, тем выше его информационная и медиаактивность.

Полученные данные свидетельствуют о том, что к числу информационно активных граждан можно отнести примерно 18 процентов опрошенных, которые заявили, что довольно часто пытаются получить информацию по различным интересующим их вопросам. Еще 36 процентов опрошенных прилагают усилия для получения нужной им информации от случая к случаю. Все остальные либо очень редко, либо никогда не стремятся проявлять активность, связанную с получением информации.

Если данные 2006 года сравнивать с данными 1996 года, то возникает ощущение, что уровень информационной активности населения существенно снизился. Если в 1996 году 24 процента опрошенных довольно часто искали нужную им информацию, то в 2006 году таковых было 18 процентов. Зато увеличилось количество опрошенных, которые заявили, что никогда не направляли свою активность на поиск информации.

Что касается различий в информационной активности жителей городов разного типа, то картина выглядит следующим образом. Наибольшее количество информационно активных индивидов обнаружилось в малых населенных пунктах. Самый низкий уровень информационной активности проявляют жители средних по размеру городов: здесь больше всего тех, кто никогда не предпринимал усилий по поиску нужной им информации.

Хорошим индикатором информационной активности являются действия граждан, которым отказывают в предоставлении интересующей их информации<sup>4</sup>. Примерно 15 процентов опрошенных спокойно воспринимают отказ как естественное право владельца информации. Еще 10 процентов отказываются взаимодействовать с этим источником информации. То есть примерно четверть опрошенных пользуются технологией избегания. Чуть больше 30 процентов обращаются к непосредственному или вышестоящему начальству «зажимщика»

## Медиаобразование: от теории – к практике

информации (технология давления). Чуть больше 25 процентов пытаются убедить владельца информации, в том, что он неправ (технология уговоров). Каждый десятый ссылался на законы. Три процента опрошенных утверждают, что они обращались в судебные органы. Таким образом, о законах вспоминают 13 процентов опрошенных. Наконец, около 10 процентов пытаются воздействовать на источник информации различными «неформальными» методами, включая предложение вознаграждения.

Такова общая картина, свидетельствующая об информационной активности российского населения.

### **О развитии гражданского подхода к медиаобразованию**

Несмотря на то, что основными формами медиаактивности населения являются поиск и потребление медиаинформации, все сильнее развиваются и такие формы медиаактивности, как производство и распространение информации: я имею в виду самостоятельную прессу и блогосферу. Естественная тяга человека к самовыражению, помноженная на простоту сервиса и его доступность, привела к тому, что в настоящий момент в мире насчитывается около 76 миллионов блогов и число их постоянно растет: каждый день в сети создается около 120 тысяч новых блогов. «Новые формы коммуникации, такие как блог, расширяют вербальную форму диалога, дополняя ее опциями комментария, размещения ссылок, переговоров в режиме он-лайн. Создание профессиональных интернет-сообществ чрезвычайно ценно возможностью расширения круга знакомств, организации дискуссионных, тематических блогов, наличием агрегатора поиска в блогах... Диалог в форме интернет-конференции или блога перспективен потенциальной возможностью перемещения идей, гипотез, теорий, высказанных на его страницах, сквозь различные схожие ресурсы для оптимизации их содержания и сбора вокруг этих тем новых сообществ»[4, С.7].

Кроме того, как свидетельствуют данные И.В. Жилавской, участие в производстве и распространении массовой информации, оказывает благотворное влияние на всех участников коммуникативного процесса. В частности, по данным исследования «Молодежь и медиа», проведенного на молодежном форуме в Северске (Томская область), 53 процента подростков, после того, как начали писать

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

материалы в школьную газету, почувствовали себя более коммуникабельными; 49 процентов респондентов стали интересоваться СМИ, читать газеты и журналы; треть стала следить за событиями в стране и в мире. 44 процента школьников отметили, что они «стали лучше писать тексты», у четверти участников, как они считают, проявились лидерские качества. При этом значительная часть молодежи стала более строго, критично относиться к журналистам и к СМИ. По сравнению с обычными школьниками, у «профессиональных» юнкоров – участников фестиваля «Золотое перо», получающих там опыт общения с медиамастерами, – очень заметна позитивная динамика в потребности читать газеты [3, С. 17].

Для нас особый смысл в этой связи приобретает связь медиаактивности с гражданской активностью индивида. Не вдаваясь в подробный анализ проблем, связанных со становлением в России гражданского общества, отметим, что одна из главных проблем – отсутствие развитой публичной сферы. Этим понятием Юрген Хабермас обозначает ту «область социальной жизни, в которой формируется общественное мнение» [19, С. 231]. Иными словами, это – арена, форум публичного дискурса по поводу социально-политических проблем жизни и развития общества. По существу, публичная сфера – это способ обеспечения в обществе климата сопричастности и демократизма. Его смысл в том, чтобы поддерживать и расширять участие самого общества в политическом процессе, стимулировать поиск таких решений общественных проблем, которые дают оптимальные варианты соединения частных интересов с публичным, то есть интересом общества как целого.

Инструментарием публичной сферы являются гражданские коммуникации<sup>5</sup>, развитие которых обеспечивает реализацию публичной сферы, а значит, становление гражданского общества. В свою очередь, развитие гражданских коммуникаций невозможно без соблюдения двух взаимосвязанных условий: существования независимых информационных ресурсов и высокой медиаактивности граждан. Если развитие и защита независимых информационных ресурсов есть политическая проблема, то решение проблемы повышения медиакомпетентности и медиаактивности граждан в существенной степени зависит от системы образования в целом и медиаобразования в частности.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Все это говорит о том, что традиционный «педагогический» подход к медиаобразованию, ограничивающийся анализом связки «индивид-медiateкст», не может дать ответ на главные вопросы:

– В чем причины существования в современной России именно такой конфигурации информационного и медийного пространства?

– Почему медиа продуцируют именно такие, а не иные тексты?

– Что делать индивиду, которому надо не только защищаться от «тлетворного» влияния СМИ, но и искать необходимую для жизненного успеха информацию?

Таким образом, мы приходим к выводу, что дальнейшее развитие медиаобразования связано с освоением гражданского подхода, ориентированного не просто на повышение медиакомпетентности учащихся, а на повышение медиаактивности населения. Что, в свою очередь, будет стимулировать развитие гражданских коммуникаций, обеспечивающих становление и развитие гражданского общества.

### Примечания

<sup>1</sup> В Конституции РФ и других нормативных актах хорошо показана связь информационной активности с другими видами активности. Так, например, в ст. 24 п. 2 Конституции России установлено, что каждому предоставляется возможность ознакомления с документами и материалами, непосредственно затрагивающими его права и свободы. Таким образом, граждане, обращаясь за информацией о решениях органов публичной власти, реализуют свое конституционное право, а на органы государственной власти и органы местного самоуправления возложена обязанность предоставлять такую информацию. 9 сентября 2000 г. президентом РФ была утверждена Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. В ней отмечено, что одной из угроз конституционным правам и свободам человека и гражданина в области духовной жизни и информационной деятельности может являться неправомерное ограничение доступа граждан к открытым информационным ресурсам федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления. В Доктрине было зафиксировано, что сложившееся положение дел в обла-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

сти обеспечения информационной безопасности страны требует безотлагательного решения таких задач, как совершенствование нормативной правовой базы обеспечения информационной безопасности России, включая механизмы реализации прав граждан на получение информации и доступ к ней, формы и способы реализации правовых норм, касающихся взаимодействия государства со средствами массовой информации.

<sup>2</sup>Понятно, что для человека, не занимающегося профессионально деятельностью по обеспечению функционирования СМИ, медиа-активность носит вторичный характер. Она включена в информационную активность и обслуживает активность первого уровня: трудовую, гражданскую, политическую. А может быть, и сексуальную.

<sup>3</sup>Источник: prog.rif.ru/docs/romanchenko(30).ppt. Разумеется, за прошедшие два года ситуация изменилась, однако найти официальные данные по этому вопросу мы не смогли.

<sup>4</sup>В 1997 году 19% опрошенных граждан достаточно часто сталкивались с ситуацией отказа в предоставлении информации, а 56% опрошенных указали, что отказы встречали иногда. По данным 2007 года количество опрошенных, которым часто отказывают в информации, возросло до 23 процентов. Другими словами, ситуация если и изменилась, то в худшую сторону. При этом в больших городах количество утверждающих, что они часто встречаются со случаями отказа в информации больше, чем в городах других типов.

<sup>5</sup>Категория «гражданские коммуникации» подробно рассматривается в статьях: Дзялошинский И. Гражданские коммуникации и публичная политика. – Источник: <http://ashpi.asu.ru/gapn/reports06/dzshnsky.html>; Дзялошинский И. Гражданские коммуникации в негражданском обществе. – В кн.: Медиаобразование: от теории к практике. – Томск, 2007.

### Литература

1. Вартанова Е.Л., Засурский Я.Н. Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели. // Информационное общество, – 2003, – № 3. – С. 5-10.

2. Европейский год гражданственности через образование, 2005. Жить и учиться демократии. Концепция. Специальный ко-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

митет экспертов по Европейскому году гражданственности через образование (CAN CIT) DGIV/EDU/CANIT (2004) 13 rev (Russian).

3. Жилавская И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодежной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий. // Автореф. канд. дисс. – М., 2008.

4. Интернет и интерактивные медиа-исследования / Под ред. И. Засурского. В 2-х ч. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – Часть 1.

5. Информационная открытость органов местного самоуправления как основа социального партнерства. – М., 2006.

6. Короченский А.П. Пятая власть? Медиакритика в теории и практике журналистики. – Ростов: Изд-во Ростов. гос. ун-та, 2003. – С. 187–188.

7. Крупнов А.И. Психологические проблемы исследования активности человека. // Вопросы психологии, 1983. – Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.voppsy.ru/issues/1984/843/843025.htm>, свободный.

8. Организация Объединенных Наций. Генеральная Ассамблея. A/59/525/ Rev. Distr. General 2 March 2005.

9. Педагогический энциклопедический словарь.

10. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов: ЦВВР, 2001.

11. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. – М., 2007.

12. Федоров А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям. // Телекоммуникации и информатизация образования, 2007, – № 3. – С. 26-54.

13. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.ifap.ru/projects/mediaed2.htm>, свободный.

14. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.sale4.net/article.php?articleId=97>, свободный.

15. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: [http://presentation.ru/articles/multitask\\_18\\_10\\_06.html](http://presentation.ru/articles/multitask_18_10_06.html), свободный.

16. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.mediarevolution.ru/audience/behavior/525.html>, свободный.

17. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.9g.ru/html/art220.html>, свободный.

18. Gerbner G (1995)/ Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: The New Citizen. – 1995 – Vol, 2. – № 2.

## **Медиаобразование: от теории – к практике**

---

19. Habermas J. «The Public Sphere» in Seidman, S (ed.). Jurgen Habermas on Society and Politics. – Boston: Beacon Press, 1973.

20. McMahon, B. Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore.

21. Media Education. – Paris: UNESCO, 1984.

22. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Outlooks on Children and Media. – Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001.

**О.В. Запевалина**

*Иркутский государственный  
лингвистический университет*

### **Современный мир и средства массовой коммуникации**

Возможности последнего десятилетия XX века и начало XXI века в области коммуникации с помощью медиа постоянно расширяются. Сегодня уже никого не удивляют различные информационные технологии, такие как кабельное и спутниковое телевидение, Интернет, мультимедиа, DVD, компьютерные сети. Общение людей с помощью современных информационных технологий дает уникальные потенциальные возможности для повышения общекультурного и образовательного уровня личности, для обмена информацией, «виртуального» знакомства с различными странами, их культурами, библиотеками, музеями. Все это создает реальные условия для самообразования и самовоспитания, повышения квалификации, расширения кругозора, развития самостоятельного, критического мышления, творческих способностей.

Общение в мире сегодняшнего дня, как говорилось выше, невозможно без медиа. Средства массовой коммуникации, начиная с печатной продукции, телерадио вещания, кинематографа, видео записей и системы Интернет являются нашими постоянными спутниками. Роль медиа в глобализованном обществе в начале XXI века значительно возросла. Сегодня ни одна сфера жизнедеятельности человека не обходится без медиа. По данным социологов современный человек в среднем проводит 50 лет, занимаясь активной деятельностью, из них около девяти лет у него уходит на просмотр различных телепередач. К примеру, на рубеже XXI века в 99% американских семей у детей и подростков до 18 лет был хотя бы один телевизор, у 97% – хотя бы по одному видеомаягнитофону и радиоприемнику. 74% семей пользовались кабельным или спутниковым ТВ, 69% – персональными компьютерами (из них 45% – с подключением к Интернету). В среднем современный школьник тратит более шести часов в день на общение с медиа (42% этого времени

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

уходит на просмотр телепередач и фильмов и лишь 12% – на чтение печатных текстов). [Dorr, 2001, p.9495]. В третьем тысячелетии без средств массовой коммуникации невозможно всестороннее развитие человека. На сегодняшней ступени развития человечества, образование без медиа немыслимо.

Сегодня образование должно строиться таким образом, чтобы человек овладевал не только базовыми знаниями, и умениями применять эти знания в процессе труда, а умел «добывать» новые знания, используя современные обучающие технологии.

Современное образование не заканчивается с окончанием вуза. Оно должно стать непрерывным в течение всей жизни человека. Современный, стремительно растущий поток информации требует от человека не просто восприятия этой информации, а творческого критического осмысления и адекватного ее применения, т.е. образование должно быть развивающим в плане развития самостоятельного критического и творческого мышления обучающихся. Для этого недостаточно наличия в системе только учителя и учебника, отражающих одну точку зрения, принятую в обществе. Необходимо широкое информационное поле деятельности: различные источники информации, различные взгляды на одну и ту же проблему, побуждающие обучающегося к самостоятельному мышлению, поиску собственной аргументированной позиции [6].

Сегодня национальным богатством любого общества становятся его интеллектуальные ресурсы, поэтому качество образования определяет дальнейшие перспективы развития общества и благосостояние его людей. В связи с этим, в информационном обществе нельзя не учитывать влияние средств массовой коммуникации на развитие личности. Появление новых информационно-обучающих технологий позволяет сделать образование доступнее, например, использование системы Интернет. Кроме того, после окончания вуза можно, используя Интернет, продолжать свое обучение, находясь в курсе всех современных достижений в своей профессиональной области

Современное информационное общество требует не просто «человека образованного», а «человека культуры», с глубокими знаниями не только в своей профессиональной деятельности, но и знаниями и умениями в смежных областях, с умением кон-

## Медиаобразование: от теории – к практике

тролировать поток информации, с умением критически и творчески использовать ее, со способностью и готовностью должным образом реализовать свои природные задатки.

Исследования, проведенные И. В. Челышевой, позволили ей сделать вывод о том, что образование сегодня должно быть тесным образом связано с использованием современных информационных технологий и средств массовой коммуникации, т.е. медиаобразование должно стать неотъемлемой частью образования. По ее мнению, большинство российских граждан не готово «к полноценной жизни в информационном обществе, им не достает соответствующих знаний и умений в области медиа – медиаграмотности».

Современное направление в образовании связано с медиаобразованием – медиапедагогикой. Медиаобразование способствует развитию личности с помощью медиа, «с целью формирования культуры общения со СМИ..., критического мышления, умений самостоятельно анализировать, интерпретировать и оценивать медиатексты» [3, С.5]. Эпоха бурного развития средств массовой коммуникации, которые включают в себя печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, мобильный телефон, коренным образом изменили содержание медиатекстов, сместили акценты в сторону развлекательности, зрелищности [7, С.52-58]

По мнению А.П.Короченского средства массовой информации, в той или иной степени влияя на свою аудиторию, воспитывают ее. Воспитание ведется не только и не столько назиданиями, сколько демонстрацией примеров и оценок, которые формируют представления аудитории об эстетической нормативности тех или иных культурных явлений [2, С.78-84].

Современные средства массовой коммуникации значительно отличаются от тех, которые существовали в советские времена. Огромное количество частных теле/радио/издательских компаний, спутниковое телевидение, DVD, Интернет отличаются по своей тематической, жанровой и политической ориентации, по дизайну и рекламе. Тотальная коммерциализация медиа, ориентир на рейтинг и тираж – основное условие и требование рынка. Сегодня средства массовой коммуникации являются для одних источником получения информации,

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

для других – средством всестороннего развития личности, а для третьих – разрушительным фактором [9, С.3]. Как отмечает А.П.Короченский, в жизни и деятельности отдельных индивидуумов и человеческих сообществ инстинкты, бессознательные импульсы и эмоции играют весьма значительную роль. Эффективное применение современными средствами массовой информации разнообразных технологий воздействия на область коллективного бессознательного, подавляющее рациональную реакцию людей, служит наглядным тому подтверждением [3, С.63-66]. Живя в век информационных технологий, а, следовательно, в мире медиа, мире расширяющихся социальных контактов, нельзя не отметить, что средства массовой коммуникации напрямую влияют на процессы, происходящие в мире, на мировой рынок труда, на международные контакты в области культуры и образования. Все это происходит благодаря созданию единого информационного пространства.

Как отмечалось выше, средства массовой коммуникации зачастую агрессивно воздействуют на сознание и психику людей, в особенности детей, подростков, молодежи. С этим нельзя не считаться, необходимо системно и грамотно выстраивать отношения потребителей информации со специфическими ресурсами газет, журналов, радио, ТВ, кино, видео, системы Интернет. Н.Б.Кириллова считает, что «потреблению» информации надо учить продуманно и терпеливо.

Мнение Н.Б.Кирилловой разделяет С.С.Бухова, анализируя педагогические идеи Ю.Н.Усова: «Человек XXI века должен не только уметь ориентироваться в информационном потоке, иметь практические навыки работы с медиа, но и обладать развитым художественным восприятием, творческим мышлением, аудиовизуальной грамотностью, поскольку неразвитое восприятие информации сказывается на низком уровне ценностных ориентаций и мировоззренческих позиций» [1, С. 48-51]. Н.А. Леготина, анализируя современную ситуацию в сфере средств массовой коммуникации, отмечает, что в современном обществе существует социальный заказ на формирование личности, способной отбирать, самостоятельно критически оценивать информацию, которая поступа-

## Медиаобразование: от теории – к практике

ет по различным каналам массовой коммуникации, а также самостоятельно создавать сообщения на языке различных медиа [4, С. 46-52]. Итак, средства массовой коммуникации в начале XXI века проникли во все виды жизнедеятельности людей. Мир вступил в новый этап своего развития – информационное общество. В последние десятилетия XX века появились качественно новые средства массовой информации – телекоммуникационные, в которых осуществляется обратная связь между субъектами и объектами информационного процесса. Поэтому понятие «средства массовой коммуникации» (СМК, медиа) включает и СМИ, и всемирную паутину, доступную через Интернет.

Медиа используют почти все каналы восприятия, они влияют на жизнь человека, на воспитание и образование школьников и студентов, способствуют межкультурной коммуникации, проникают в основные демократические процессы.

Сегодня медиа – один из основных факторов социализации молодого поколения. Объектом воздействия потока сообщений становится не отдельная личность. Воздействию определенных средств массовой коммуникации подвергаются большие группы людей. Сознание аудитории формируется различными видами медиа.

В этой связи хотелось бы рассмотреть точку зрения А.В.Шарикова. Он считает, что основная цель медиаобразования не «критицизм учащихся». На медиаобразовательных занятиях преподавателю необходимо определить те личностные характеристики, которые он должен формировать и развивать у обучаемых через медиа. Одной из таких личностных характеристик, по мнению А.В.Шарикова, являются медиа коммуникативные способности.

Медиакоммуникативные способности связаны с процессами восприятия, создания и передачи медиатекстов. Развитие критического мышления связывается сторонниками критической концепции с теми же процессами, но акцент делается на «восприимчивые» составляющие (анализ, понимание). Таким образом, способность к критическому мышлению должна выступить неотъемлемой частью медиакоммуникативных способностей [10].

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Многие исследователи считают, что переизбыток разнообразной информации требует от аудитории умения ориентироваться в этом разнообразии, для этого молодое поколение должно научиться грамотно воспринимать ее, понимать, анализировать, иметь представление о механизмах и последствиях ее влияния. Односторонняя или искаженная информация (которая передается, к примеру, телевидением, обладающим большой силой пропагандистского внушения), несомненно, нуждается в осмыслении. Вот почему считается полезным, чтобы учащиеся могли определить: различия между заданными и общеизвестными фактами и требующими проверки; надежность источника информации; пристрастность суждения; неясные или двусмысленные аргументы; логическую несовместимость в цепи рассуждения и т.д.

Известный медиапедагог Л. Мастерман считает, медиаобразование «должно быть направлено на развитие у учащихся понимания особенностей функционирования средств массовой информации, использования ими выразительных средств, механизма создания «реальности» и ее осознания аудиторией. Именно «пониманию» с его акцентом на развитие критического мышления по отношению к медиа необходимо придать основное значение» [5, С.23]. Однако «цель медиаобразования не просто критическое понимание, но «критическая автономия» [11, С.42], то есть способность человека к самостоятельному, аргументированному, критическому суждению о медиатекстах.

Сегодня медиа является средством не только обучения, но и воспитания. Оно выполняет различные функции: воспитательную, образовательную, социально-управленческую, рекреативную и релаксационную.

Так, цель образовательной функции – получение знаний, с помощью которых происходит систематизация и оценка полученных знаний. Воспитательная функция заключается в передаче образцов жизни, примеров поведения, в пропаганде ценностей, отношений к миру, людям, к самому себе, в приобщении к культуре и искусству, к этическим, правовым, идеологическим и прочим нормам современного общества. Воспитательная и образовательная функция медиа сегодня гораздо выше воспитательной и образовательной функции традиционной педагогики. [8, С.75-86].

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

### Литература

1. Бухова, С.С. Педагогические идеи Ю.Н.Усова и их значение для аудиовизуального медиаобразования / С.С.Бухова // Медиаобразование. – 2005. – № 2. – С. 48-51.
2. Короченский, А.П. Медиаобразование в России: не только внешние трудности и препятствия / А.П.Короченский// Медиаобразование. – 2005. – № 3. – С. 78-84.
3. Короченский, А.П. Медиаобразование: миф или реальность?./ А.П.Короченский// Медиаобразование. – 2005. – № 2. – С.63-66.
4. Леготина, А.А. Педагогические условия подготовки студентов университета к реализации медиаобразования в общеобразовательных учреждениях / А.А.Леготина // Медиаобразование. – 2005. – № 1. – С. 46-52
5. Мастерман, Л. Обучение языку средств массовой информации // Специалист. – 1993 – № 4. – С.22-23.
6. Полат, Е.С., Бухаркина, М.Ю., Моисеева, М.В. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования. – М.: Академия, 2001. – 272 с.
7. Разлогов, К.Э., Что такое медиаобразование? / К.Э.Разлогов// Медиаобразование. – 2005. – № 2.– С. 52-58.
8. Рыжих, Н.П. Изучение аудиовизуальной грамотности школьников на материале экранных искусств / Н.П.Рыжих // Медиаобразование. – 2005. – № 1. – С. 75-86.
9. Чельшева, И.В. Основные этапы развития медиаобразования в России: автореф. Дис...канд. пед.наук 13.00.01 – Воронеж, 2002 .
10. Шариков, А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. – М.: АПН СССР, 1990. – 66с.
11. Masterman, L. A Rational for Media Education. In: Kubey, R. (Ed.) Media literacy in the Information Age. – New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Transaction Publishers, 1997, – pp.15-68

**Л. А. Иванова**

*Иркутский государственный лингвистический университет*

### **Перспективные направления исследования современных проблем медиаобразования**

Диалектические закономерности процесса познания, как известно, основываются на двух неизменных константах: ретроспективном и перспективном анализе ситуации с целью её оценки и принятия решения о её соответствии требованиям (параметрам), характеристикам окружающей действительности. Чем выше уровень развития науки и познавательной активности, деятельности сообщества исследователей, тем шире становится круг явлений, охватываемых научным исследованием. Безусловен также тот факт, что «знание – это своеобразная социальная и индивидуальная память – способ сохранения и использования наследуемого и/или вновь создаваемого объема информации» [3, С. 58]. Обращение к ретроспективному анализу ситуации совершенно необходимо. Ретроспективный анализ страхует от дублирования ранее выполненных работ, зная историю вопроса, исследователь может определить место своего труда в общем ходе его изучения. Ретроспективный анализ позволяет использовать опыт предшественников; рассмотрение предмета в динамике дает возможность проследить общие тенденции его развития, построить научный прогноз. Поскольку наука отражает объективный мир, который находится в состоянии постоянного изменения и развития, то она, естественно, также должна постоянно двигаться вперед, находить новые решения и результаты. Это не упраздняет прежние завоевания науки (по принципу «разрушим до основания, а затем...»), но дополняет их, способствует созданию более обстоятельных и цельных теорий. Любая наука находится не в статическом, а в динамическом состоянии, в процессе постоянного развития и совершенствования знаний. Наука – постоянно развивающийся объект. Каждое новое поколение ученых дополняет и углубляет знания, полученные своими предшественниками, а также создает основу для дальнейших открытий. Процессы открытий

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

в науке имеют многочисленные репрезентации. Новации могут состоять в постановке новых проблем, в разработке новой концепции, в представлении новой логически стройной теоретической модели, в построении новой классификации или периодизации, в разработке новых методов исследования и т.д. Исследование можно считать содержащим новизну лишь в том случае, если современно не только данное научное направление, но и сама тема актуальна в двух отношениях: её научное решение, во-первых, отвечает насущной потребности практики; во-вторых, заполняет пробел в науке.

Именно в силу выше сказанного прогнозирование в науке – дело чрезвычайно трудоемкое, однако крайне важное. Одной из привлекательных в плане исследования перспектив её развития является научная область, связанная с формированием медиакомпетентности личности. Речь идет о теории медиаобразования, находящейся сегодня на пике своего развития и одновременно подвергающейся интенсивному переосмыслению в аспекте концептуализации её позиций, пересмотра её методологических оснований, придания ей характера, сообразного современным тенденциям. Привлекательность для пытливого исследователя этой области знаний объясняется как минимум тремя весомыми причинами.

Во-первых, это связано с относительной молодостью данной области знаний. Возникновение термина "медиаобразование" относят к середине XX века. Этот термин пришел в Россию из зарубежной педагогики. Там же возникло и предложение о необходимости ввести в высшей и средней школе обучение СМК. Тогда же впервые (1973г.) в документах ЮНЕСКО было раскрыто и его понятие. Появившаяся в середине XX века и пройдя длительный период «испытаний» (долгое время необходимость введения медиаобразования в непрерывное образование, от детского сада до вуза подвергалось сомнению, а само медиаобразование оставалось уделом многочисленных энтузиастов), данное направление в педагогике оформилось в виде стройной и строгой системы научного знания и достигло, наконец, этапа, когда можно подводить итоги, выявлять закономерности, определять пути его дальнейшего развития.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Во-вторых, всплеск (и очень ощутимый) интереса к рассматриваемой научной области спровоцирован появлением на современном этапе развития общества, суммы реальных информационных угроз цивилизации. Которые во всеуслышание и громогласно заявляют о себе в виде «информационной перегрузки», «психологического манипулятивного воздействия», «информационного насилия», «виртуализации сознания», «выхолащивания из сознания молодого поколения абсолютных ценностей» и т.д. (и не без оснований). Несмотря на возрастающее число научных публикаций, многочисленных дискуссий, создание специальных учреждений и принятие соответствующих решений (на разных уровнях), ещё много нерешенных вопросов – как теоретических, так и практических. Поэтому отрасль научного знания «медиаобразование» – способна дать для практики, прежде всего понятийные конструкции, которые позволят не только выделить виды информационных угроз среди других явлений социальной реальности, но и выявить механизмы (средства) предотвращения и защиты от различного рода информационных угроз, опасностей, обусловленных неконтролируемыми информационными потоками. Теория медиаобразования, тем самым, перешла от этапа сбора, обобщения и передачи опыта (этапа ремесла) к этапу формирования и формулирования мощного теоретического базиса, расширяющего сферу действия научной области.

В-третьих, развитие научной области медиаобразования обусловлено современными социальными, политическими и даже экономическими потребностями государства, диктующими необходимость наличия у россиян определенного (базового) уровня готовности и способности к выбору, использованию, критическому анализу, оценке, осуществлению передачи и созданию медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме. Иными словами, у них должна быть сформирована медиакомпетентность, обеспечивающая эффективность осуществления коммуникационного взаимодействия, общения не только на межличностном уровне, но и с помощью технических средств, т.е. с помощью медиа в открытом информационном обществе. Эта доминанта образования личности прописана сегодня прак-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

тически во всех документах, отражающих нормативы инновационного развития образовательной политики РФ.

Перечисленные выше причины в своей совокупности и определяют новую волну исследований в области медиаобразования, и эти исследования осуществляются сегодня на качественно новом уровне их реализации. При этом достигнутые ранее результаты приобретают новый статус в системе медиаобразовательных координат.

Сказанное позволяет констатировать, что к настоящему времени созданы весомые предпосылки для проведения интересных и продуктивных исследований в области медиаобразования, востребованных на всех ступенях образовательной системы и служащих делу совершенствования процесса медиаобразования в России. В связи с этим в рамках данной публикации хотелось бы высказать ряд сугубо оптимистичных прогнозов в адрес таких исследований и обозначить основные директивные направления развития знания в предметной области медиаобразования.

Первое из направлений является вполне очевидным и вытекает оно из общепедагогической парадигмы непрерывного образования. В докладе Общественной палаты РФ «Образование и общество: готова ли Россия инвестировать в свое будущее», в долгосрочной программе развития образования в статье «Российское образование – 2020: модель образования для инновационной экономики» находим «...образование принципиально понимается как незавершенное» [2, С. 39]. Медиаобразование не стоит в стороне от значимых ориентиров этого подхода, напротив, «центрация» на непрерывном образовании, от детского сада до вуза нашла своеобразное воплощение в теории медиаобразования как компонента общекультурной подготовки личности в соответствии с социальным заказом современной цивилизации. На сегодня концепция медиаобразования, ориентированного на приобретение знаний в области информологии и средств массовой информации, которым не придается профессиональная направленность на каждом отдельно взятом этапе непрерывного образования, обрела вполне ощутимые очертания, приросла знаниями. В тоже время нет ещё разработанной логически стройной теоретической системы медиаобра-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

зования на всех иерархических уровнях непрерывного образования, позволяющей на каждом последующем этапе обучения не формировать медиакомпетентность личности изначально, а развивать и совершенствовать её с тем, чтобы в итоге получить человека, способного жить и работать в открытом информационном обществе, в современной России. Эта идея является инновационной (нам не удалось найти работ в этом контексте) и требует ещё своего развития.

Особо важным и значимым является практический аспект интерпретации этой теории. Речь должна идти о разработке сквозных, сопряженных программ медиаобразования личности от детского сада до вузовского образования, с соблюдением преемственности. Этот аспект, к сожалению, находится сегодня на периферии внимания ученых в силу, как нам кажется, особой сложности его рассмотрения. В то же время созданы теоретические основы, на базе которых можно ставить и решать задачи практического характера.

Как можно заключить, в русле теории непрерывного образования пытливым ученым сможет обнаружить для себя неиссякаемый источник в предметном поле медиаобразования для продуктивной мыслительной деятельности, для принятия интересных, порой инновационных решений.

Второе перспективное направление в области исследования медиаобразования касается вечной и неизменно актуальной проблемы пространственной организации образования. Пространственная организация предполагает процесс совершенствования, не ограниченный никакими рамками: от школы перипатетиков до классической университетской аудитории, от «Закрытой системы» до «Открытого образовательного пространства» как разных способов организации образования. Решить эту проблему раз и навсегда невозможно, иначе произойдет стагнация, несовместимая с перфекционистскими установками любого научного знания. В русле исследований этой сферы можно наметить ряд частных аспектов особой важности на сегодняшний день. Они слабо подвергались осмыслению и поэтому их можно признать актуальными и крайне перспективными для научных изысканий в области медиаобразования. К таким аспектам мы относим постановку вопроса о коадапта-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ции медиа и образовательного пространства как новом педагогическом феномене, характеризующим образование начала XXI века. Современные словари определяют «коадаптацию» как «коррелятивное приспособление» (лат. со(n) – с, вместе). Мы впервые ставим вопрос о коадаптации медиа и образовательного пространства и вызван он рядом обстоятельств, среди которых – пространственная лакунарность. Пространственные лакуны в образовании (от лакуны – дыры) представляют собой средства массовой информации, которые входят в информационно-коммуникационную карту мира, но не контролируются педагогическим сообществом, не взаимодействуют с образовательным пространством. Иначе говоря, они существуют как «параллельная школа» (отчего становятся зоной «риска» и несут информационную угрозу). Это создает для образования множество качественно новых проблем, которые недостаточно осознаны. Информационное пространство, не контролируемое педагогическим сообществом, находится вне зоны педагогической рефлексии, а это, в свою очередь, приводит к разрушению целостности образовательного пространства, к информационной перегрузке, сильной психо-эмоциональной нагрузке. Пространственная организация образования в контексте медиаобразования нуждается на сегодняшний день в серьезном и основательном переосмыслении. Первые шаги в этом направлении как думают некоторые, были сделаны, когда было принято исключительно важное правительственное решение о развитии системы дистанционного образования. В силу своей новизны теория такого режима обучения ещё далека от завершения, в ней имеются серьезные пробелы, которые нуждаются в научном осмыслении с позиций медиаобразования.

Все перечисленные аспекты второго перспективного направления исследования проблем медиаобразования далеко не исчерпывают такой многоаспектной сферы как пространственная организация современного образования в приложении к практической сфере его реализации. Как видится, вышеизложенное должно стать предметом научного рассмотрения в контексте медиаобразования в самом ближайшем будущем.

Третьим направлением, перспективным для последующих исследований может быть признано направление, касающееся

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

теории формирования медиакомпетентности вторичной языковой личности. В рамках данной проблематики можно выделить следующие перспективные направления, которые до сих пор не подвергались исследованию. Совершенствование/развитие компетентностной парадигмы в области лингводидактического и медиаобразовательного целеполагания: речь идет о тщательном рассмотрении уже выявленных и о представлении новых субкомпетенций, входящих в состав коммуникативной/межкультурной компетенций как метапонятий. Это, как видится, позволит определить/уточнить целевые и содержательные аспекты языкового/лингвистического образования и медиаобразования. В частности, нас интересует вопрос о соотношении аспектов формирования «языковой личности» как носителя родного языка, так и человека, изучающего иностранный язык, а вместе с ним и «чужие» СКМ. Информационное пространство человека значительно расширяется в тот период, когда он начинает осваивать иностранный язык и «чужие» СКМ. Известно, что процесс освоения медиа гораздо более противоречив и имеет свою специфику в сравнении с родным языком. Издавна известно, что «сочетая в себе вербально-семантические, лингвокогнитивные и мотивационные структуры, языковая личность выступает как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: 1) степенью структурно-языковой сложности; 2) глубиной и точностью отражения действительности; 3) определенной целевой направленностью» [1, С. 15]. Что без сомнения относится и к медиатекстам. Бесспорен факт, что при обучении иноязычному общению личность может овладеть не только и не столько межличностным общением, но и опосредованным медиатизированным, что особенно актуально в условиях усиления коммуникативной инфраструктуры. Разработка идеи «медиакомпетентной вторичной языковой личности» неизбежно выходит на стык таких дисциплин как лингводидактика, теория и методика преподавания иностранных языков, коммуникативная лингвистика, медиаобразование и др.

Итак, мы представили три из наиболее актуальных направлений исследования проблем медиаобразования. Отметим, что перечисленные направления – наиболее перспективны в контексте сегодняшнего этапа развития медиаобразования.

## Медиаобразование: от теории – к практике

### **Литература**

1. Воровбитова, А. Синергетический аспект вузовского образования в свете лингвострановедческого подхода [Текст] / А. Воровбитова // Альма-Матер. – 1999. – №2.
2. Кузьминов, Я. И. Российское образование – 2020: модель образования для инновационной экономики [Текст] / Я. И. Кузьминов, И. Д. Фрумин и др. // Вопросы образования. – 2008. – №1. – С. 32-64.
3. Микешина, Л. А. Философия науки: современная эпистемология. Научное знание в динамике культуры. Методология научного исследования [Текст]/Л. А. Микешина. – М. : Прогресс-Традиция: МПСИ: Флинта, 2005. – 464 с.
4. Образование и общество: готова ли Россия инвестировать в свое будущее? / Обществ. Палата Рос. Федерации. М.: Изд. Дом ГУ-ВШЭ. – 2007. – С. 5 -102.

**В.Ф. Олешко**

*Уральский государственный университет*

### Медиаобразование без границ

Во всех учебниках по журналистике пишется, что слово «газета» произошло от итальянского «гадзетта»: в старой Италии была такая мелкая монета. Тогда именно столько стоил лист бумаги, на котором печаталась, говоря современным языком, свежая информация.

Но, оказывается, у слова «гадзетта» есть и второе значение. Профессор Лиана Фадда, когда мы разговорились на эту тему в Генуэзском университете на Via Vivaldi, 5, обвела рукой своды старинной аудитории:

– Вот здесь многие годы шли дискуссии, да и до сих пор спорят по поводу слова «гадзетта». Какого смысла там больше – экономического или собственно содержательного? Ведь есть и второе значение у данного слова – «сорока», собирающая всё блестящее и не всегда чисто плотная в смысле еды.

Вспомнил об этом разговоре на лекции в студенческой аудитории. И вот в связи с чем. Кто-то предельно жёстко сформулировал главное противоречие развития нашего сообщества: «Журналистика – профессия творческая, её определяет, или, по крайней мере, должно определять в идеале служение обществу, а развитие СМИ определяет рынок». Студенты тут же подсказали, что в одном из вариантов нового закона о СМИ предлагается это противоречие устранить, мол, пусть будет только рынок. Понятно, что различные проекты закона ещё обсуждаются, по этому поводу идут дискуссии, но раз есть такой вариант, следовательно, есть коллеги, считающие такое положение естественным. Толерантность для них – та самая терпимость: привыкнув журналисты, куда денутся, и к такому развитию событий.

Позднее возникла на эту тему дискуссия уже с коллегами по кафедре периодической печати Уральского государственного университета. Прежде всего по поводу того, что российская система журналистского образования довольно жёстко делит большинство предметов, даже из общепрофессионального цикла, – на те-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

оретические и практические. Правильно ли это? Приведу другие примеры. Как водится – из зарубежной практики.

В Швеции, в городе Кальмаре, мне довелось быть не так давно на стажировке в Институте повышения квалификации журналистов (FOJO). А в этом же здании, буквально за стеной, располагается факультет журналистики Высшей школы. Неоднократно, конечно же, «гостили» и у них. Спрашивал у коллег, в частности, у Элизабет Идермарк, а также нашего тренера, известного шведского писателя и публициста Класа Тора: «А как у вас»? И вот что любопытно. Разговор, они и другие коллеги, как правило, начинали не с темы подготовки квалифицированных журналистов, а с обсуждения проблем организации системного медиаобразования.

Аргументы были следующими. Сегодня аксиомой является то, что без полноценной объективной информации невозможно эффективное управление любым процессом и принятие оптимальных решений. Как, впрочем, и то, что сама информация является наиболее рентабельным продуктом и товаром. Но современная медийная практика развивается весьма противоречиво, и многие тенденции нельзя не учитывать, прогнозируя даже ближайшее будущее данной сферы.

К примеру, принято думать, что развитие сети Интернет – это решающий шаг на пути к информационному сообществу. По мнению экспертов, большинство людей постепенно привыкают к этой мысли и приучают к ней подрастающие поколения. Однако, если разобраться в смысле понятия «информационное сообщество», то можно прийти к парадоксальному выводу: Интернет удаляет нас не только от информационного общества как некоего идеала кооперации современных технологий, но и от процесса интеграции и демократического развития тех или иных социумов.

Ведь в Интернете очень мало от информации (в традиционном ее понимании) и нет почти ничего от общества. Чтобы понять, что такое информация, нужно четко различать сообщение (или послание), его интерпретацию (или восприятие) и коммуникацию. Сообщение – это передаваемый продукт интеллектуальной деятельности человека. Интерпретация – это приобретаемое знание, расширение наших представлений о чем-то.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Обозначив информацию как коммуникацию, побуждающую к действию, мы не можем заявить, что Интернет – это решающий шаг на пути к некоему коммуникационному обществу. Он скорее некий medium, т. е. одновременно средство и среда виртуализации общества, превращения чего-то в своего рода виртуальную реальность.

И в этом случае, при потреблении, к примеру, рекламы автомобилей, человек имеет дело не с реальными объектами, а с их образом – симуляцией. Еще более сложные коммуникационные противоречия могут возникнуть при потреблении индивидуальной или социальной информации направленного действия, когда, к примеру, вступают в силу пропагандистские, пиаровские или откровенно лоббистские интенции адресата. О виртуализации же общества можно говорить, поскольку в деятельности людей, в их отношениях образы нередко замещают реальность.

Следовательно, рассматривать Всемирную сеть только как способ, средство, канал «соединения» или «разъединения» индивидуумов или социумов нельзя. Интернет всё больше превращается из средства личных коммуникаций в форму публичной деятельности. А информационное общество с появлением Интернета и внедрением его в повседневную социальную практику приобретает принципиально новые качества. Какие? Покажет время. Но уже сегодня становится очевидным, что сугубо профессиональные методики подготовки журналистов имеют, или, по крайней мере пока, в идеале должны носить расширительный, медиаобразовательный характер. Связано это в первую очередь с тем, что в современном формирующемся информационном обществе каждый человек становится субъектом (актором) такого рода деятельности.

В той же Швеции, к примеру, в программе много курсов не просто, развивающих креативность сознания будущих журналистов, но и перебрасывающих «мостики» к освоению на первый взгляд сугубо теоретического материала. К примеру, в изучении шведской и зарубежной литературы обязательно делается акцент и на публицистическое творчество писателей. Ведь практически все из них с этого начинали или, наряду с созданием литературных произведений, активно сотрудничали с пе-

## Медиаобразование: от теории – к практике

риодическими изданиями. Кстати, многие шведские писатели ведут практические спецкурсы для журналистов – кто как не они могут научить создавать оригинальные тексты.

История журналистики активно «сопряжена» с курсами профессиональной этики и права. В их рамках, считают здесь, как нельзя лучше, в развитии, можно наблюдать взаимоотношения общества и СМИ. Курс «Креативные коммуникации» предполагает освоение студентами практических основ владения родным языком, стилистикой, а также риторики и психологии. «Основы культурологии» взаимосвязаны с обязательными для освоения курсами профессиональной фотографии, графического дизайна и ...музыки. На мои удивлённо поднятые брови реакция была незамедлительная:

– Интонации теле- или радиоведущего, раздражающие аудиторию, неумело подобранные интершумы или музыкальное сопровождение – это от того, что у выпускников-журналистов элементарно не развит музыкальный слух. Не согласиться с этим я просто не мог, потому что от многих коллег давно слышу о подобной взаимосвязи: ещё и на уровне неверных ударений в словах, стремлении к повышению модуляции голоса и т.д. и т.п.

Вообще система подготовки будущих работников СМИ в Швеции имеет, повторю, ярко выраженную практическую направленность. Не могу судить об университетской подготовке, поскольку три традиционных лидера – факультеты журналистики в университетах Стокгольма, Гётеборга и Мальмё, знакомы мне лишь косвенно, но в Высших школах (институтах) это факт непреложный.

Начнём с того, что обучение в них бесплатное. Поэтому отбор – по оценкам в аттестате – довольно жёсткий. В Кальмаре, например, принимают для обучения 60 человек. Подают документы для участия в конкурсе – 350-400. Приглашают для собеседования – 120. Проблема та же, что у нас – большинство хорошо подготовленных абитуриентов – девушки. Но никакой, конечно, дискриминации по половому признаку быть не может. Не только потому, что это обусловлено законом и традициями страны. Молодой человек, случайно оказавшийся в этой среде, просто не сможет выдержать ежедневной учебной и творческой конкуренции. Для тех, кто не смог по каким-то причинам поступить на бесплатные отделения, есть так называемые народные

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

университеты. Для оплаты обучения, как и для проживания, любой гражданин Швеции может взять кредит. А те, у кого доход в семье меньше 90 тысяч крон в год (один доллар около 7 крон), могут рассчитывать и на стипендию.

Приём в большинстве университетов и высших школ предусмотрен на две «массово-коммуникационные» специальности – «Media Production and Journalism» и «Media Management», условные аналоги нашим специальностям «журналистика» и «менеджмент СМИ». Обучение разделено следующим образом: бакалавриат – три года, и магистратура – один год. Специализация во время обучения, как правило, не предусмотрена. Все в равной степени изучают специфику, жанры, выполняют практические задания в рамках телевизионной журналистики, радио, периодической печати, различных видов журналистики в Интернете. Мнение у всех собеседников было одно: во-первых, сегодня нужны журналисты-универсалы, во-вторых, выпускник зачастую не знает ещё, где найдёт место работы, а в-третьих, технологический прогресс и тенденции современного менеджмента СМИ всё более развиваются в сторону конвергенции различных видов массовой коммуникации, взаимовлияния или прямой холдинговой деятельности.

– Плюс – востребованность выпускников-универсалов на рынке труда, – добавила Вероника Менжун, выпускница МГУ, ныне гражданка Швеции, руководитель проекта нашей стажировки.

Кстати, коллеги из Высшей школы именно этим объясняют тот факт, что у их выпускников практически не бывает проблем с поиском места работы. Хотя в целом в Швеции найти работу молодому журналисту бывает непросто. Помогает то, что активно развивается веб-журналистика, формируются пресс-службы и пиар-агентства, в которых остро востребовано умение создавать реальные тексты. Практически всё – как у нас. С одной оговоркой: в целом условия подготовки, конечно, иные.

В Кальмаре, по мнению самих педагогов, не самый крупный и не самый совершенный технический центр обеспечения учебного процесса. Но то, что современный – безусловно. Как и для других вузов. «Учить на технике вчерашнего дня – нонсенс» – таков девиз, обуславливающий вложение максимально возможных средств именно в приобретение и постоянное обновление техники.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Студенты во время учебных семестров систематически выпускают полноцветные учебные газеты, ежедневно вещает их собственная круглосуточная FM-радиостанция. А студенческий телевизионный продюсерский центр создает для различных телеканалов молодёжные программы. Причём контакты со СМИ не учебные, а по договору, предусматривающему выпуск и покупку ими только конкурентной продукции.

Это обуславливает и изменения в преподавательской деятельности. В день у студентов от одного до трёх часов лекционных занятий и четыре-шесть практических. Причём в любое время до 23 часов можно прийти в учебные лаборатории и студии и самостоятельно или с помощью дежурного преподавателя осваивать практические технологии работы. Единственным документом для студента является электронная карточка, чётко фиксирующая все твои перемещения, а требование одно – закрытые двери и твоя индивидуальная ответственность.

Особый разговор о библиотеке вуза. Только один факт: совсем недавно в Кальмаре прошло голосование жителей города по поводу определения лучшего архитектурного сооружения, построенного в XXI веке. Да, да, именно библиотеку и признали таковым. По форме и содержанию библиотека как «кладбище» текстов – это далёкое прошлое. 500 тысяч крон в год (около 71 тысячи долларов) выделяется вузом только на обновление электронных баз данных библиотеки. У студентов и преподавателей есть возможность здесь работать не только с книгами, но и с электронными источниками как библиотеки Высшей школы, так и любой другой, имеющейся в мире. Каждому на учебный год даже выделена немалая норма бумаги для выведения нужных текстов.

Зал интерактивных видео-конференций здесь также практически не пустует. Лекции студентам и, что характерно, всем кому интересно медиаобразование (давайте называть вещи своими именами), читают не только востребованные учёные или практики из шведских вузов, но и те, кто это делает, проживая, к примеру, в США или Австралии. Причем у преподавателя даже есть возможность не только отвечать на вопросы, но и потом «интерактивно» принимать письменные и устные экзамены.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Большая самостоятельность, по мнению педагогов, студентов отнюдь не расхолаживает. Ведь, помимо обязательных курсов, они «берут» в семестре и те, что помогают более узкой специализации. К примеру, ту же «профессиональную фотографию» или «веб-дизайн» в более расширенном виде. А кто-то специализируется в «творческом письме» под началом опытного педагога-литератора. Из тех предметов, которых нет пока в наших учебных планах, особо заинтересовали меня «бильд-редактирование», «креативные коммуникации», «новостная журналистика» и отдельно изучаемый курс «интервьюирования», «публицистическое мастерство», «посткоммуникационные исследования», «проективный медиа-менеджмент» и ряд других. Все они в такой формулировке и акцентировании, на мой взгляд, свидетельствуют опять же о сближении учебных планов шведских вузов и методик преподавания конкретных дисциплин с потребностями реальной журналистской практики.

Шведская медиаобразовательная практика показательна еще хотя бы потому, что в обучении здесь не просто подстраиваются под рынок, но отдают предпочтение анализу реализованных творческих методик, развитию креативности учащихся. Вот почему она применима и для подготовки профессионалов, и для расширения диапазона творчества любого человека в информационную эпоху. Ведь отдельно взятую технологию, к примеру, борьбы за аудиторию, привлечения её внимания можно освоить за пару недель. Но и всей оставшейся жизни порой не хватит на то, чтобы все-таки сказать новое слово в своей повседневной профессиональной деятельности. Этому нельзя научить, к этому человек приходит через состояния неудовлётворённости собой, своим творчеством, преломления своего «Я» сквозь призму чужого опыта, разочарования и достижения и т.д. и т.п. Вот почему девиз подобной Школы: учиться нужно прежде всего друг у друга, а когда не хватает конкретных знаний – пригласим эксперта или добившегося профессионального успеха коллегу.

И это очень верно. В творческих профессиях, и в журналистике прежде всего, как мне кажется, надо не учить, а освобождать от установок, с которыми порой приходят – бронированными и панцирными, то есть несвободными, людьми. Несвободными от стереотипов, коим несть числа, от творческой «зажатости». На журфа-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ковских лекциях, семинарах практиков, да и тем более в школьных классах у нас в России преподаватель, учитель чаще всего апеллирует к знаниям аудитории. Но ведь знания в информационный век столь объемны и многомерны, что тот же университет или школа должны не только учить чему-то, а также указывать путь – где это можно взять. А еще задача преподавателя – подключать мотивационную сферу, если хотите – этически просвещать и программировать поведение личности на истинно творческую деятельность в той или иной жизненной ситуации.

Молодой человек сегодня – зеркало информационной революции. Мне очень нравится подобное сравнение. И это образное выражение вполне уместно, поскольку мы уже вступили в информационную эпоху, а молодые люди, студенты, активные сетевики находятся в её авангарде – в силу того, что быстрее адаптируются, тянутся к новому, быстрее поняли, что за новейшими технологиями будущее. Главная примета нового времени – неимоверно возросшая роль информации буквально во всех сферах человеческой деятельности: в политике, экономике, в повседневной жизни людей. И при этом всё более ценятся знания междисциплинарные.

В контексте разнородных глобальных конфликтов, а также перед лицом все более активных устремлений различных политических структур общества проблема информационного обеспечения населения России, осуществляемого в диалоговом режиме, становится в последнее время одной из самых принципиальных.

Журналистика, в силу ее специфичности как социального института, имеет возможность не только оперативно отражать политические и различные другие процессы, но и активно участвовать в формировании их сущности и характера. А массовая информация является той формой, в рамках которой происходит актуализация всего многообразия факторов и тенденций, влияющих на процессы, происходящие как внутри социальных групп (в нашем случае – молодёжи), так и между группами, группой и обществом в целом.

Современная массово-коммуникационная деятельность стала приобретать новые черты. К примеру, сейчас уже все солидные средства массовой информации имеют свои электронные версии в глобальной компьютерной сети. Технологический процесс подготовки и передачи информационных сообщений

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

также упростился и во много раз сократился во времени. Стремительно изменяются рынки СМИ, они становятся более насыщенными, открытыми, динамичными.

Конвергентность различных СМИ и Интернет модифицируют современную журналистику, а традиционные медиа изменяют Интернет. Это аксиома сегодняшнего времени. Поскольку они объединены одним коммуникационным пространством, возникающим в социо-культурной жизни людей, то речь по сути идет о новых формах работы: подростки и молодежь не хотят тратить деньги на газеты, но «висят» в Интернете. Телевидение же подражает Интернету, транслируя что-то в прямом эфире. Следовательно, Сеть обретает «миссию» – обеспечения информацией и развлечением, а СМИ «осовремениваются» в контексте моды на «техно», новых жизненных ритмов и скорости передачи информации.

Факт, что новые информационные технологии диктуют обществу, и журналистике в первую очередь, новые правила игры. Как нам кажется, четко сформулированная сегодня концепция информационного общества может послужить объединяющим началом для России сейчас и в недалёком будущем, дать целостное видение целей и задач общественного развития, предложить конкретные пути их достижения в опоре на молодых людей. А сделать это без осознания и практического воплощения идей системного медиаобразования – невозможно.

К числу первостепенных исследовательских задач в связи с этим, видимо, необходимо отнести разработку принципов и технологий организации диалогового взаимодействия средств массовой информации и аудитории. К тому же сами СМИ, как мы уже отмечали, развиваются сегодня в совершенно иных технических условиях. Требуется также социально-философское осмысление значения возникающих тенденций, связанных с плюрализмом источников информации как естественной необходимостью развития гражданского общества.

Обо всём вышесказанном можно много дискутировать. А можно поступить по-другому: попытаться сообща найти ответы на волнующие каждого преподавателя вопросы. В этом я вижу и цель этой статьи. Учиться у тех, кто, как шведские коллеги, первыми задумался о такой постановке проблем, бывает очень полезно. Ведь в век информационный стираются все и всяческие границы...

**Л.Ф. Пичурин**

*Томский университет систем управления  
и радиоэлектроники*

### **Некоторые размышления о современном медиаобразовании**

Существует старая шутка о том, что очень неплохой писатель Максим Горький литературного института имени Горького не заканчивал. Именно так обстоит дело и в медиаобразовании. Невозможно представить официально практикующего врача с дипломом, скажем, механико-математического, а не медицинского факультета. Но даже в Томске не составляет труда назвать имена блестящих журналистов, толком не знающих, где находится факультет журналистики, но защитивших дипломы и даже диссертации по теоретической физике, квантовой механике и прочим весьма экзотическим дисциплинам. Кстати, не раз говорил, что у нас много замечательных журналистов, а вот с замечательными газетами что-то не совсем так.

Значит, с одной стороны, журналистских навыков, мастерства, профессионализма можно достичь, вовсе не имея соответствующего образования. Более того, мы вправе этим гордиться, ибо жизнь доказала, что журналистика есть искусство, а в искусстве вершины достигаются вовсе не благодаря одним только дипломам и аттестатам.

И раз уж произнесено слово «искусство», то можно напомнить, что артистов театра готовят в соответствующих вузах, и хотя бесталанного человека никакой вуз не сделает большим артистом, при отсутствии высшего образования даже талантливому продвинуться на сцене очень нелегко. И, хотя всякая аналогия относительна, аналогия с журналистикой здесь уместна. Значит, журналистов надо учить, журналистике надо учиться. Но не всё здесь гладко, и, не претендуя на полноту анализа, хочу обратить внимание на некоторые тревожащие меня тенденции в работе СМИ, определяющиеся именно недостатками образования, впрочем, вовсе не обязательно специального.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Тенденция общего бескультурья. Пример: Публикуется интервью с хамом–чиновником. Журналист, по возрасту подходящий в дети, если не во внуки, объекту интервью, сам опускается до кухонно–жириновской стилистики, публикует оскорбления, унижая себя, газету, читателя. Беда в том, что сам журналист не видит в этом порока – «вокруг все такие!» И никакой спецкурс журналистской этики от этого порока не избавит, пока, во-первых, журналист сам не осознает, что происходящее порочно, и, во-вторых, в СМИ не будет повышена требовательность к манере и стилю публикаций. Уровень культуры газеты, радио, телевидения должен быть выше уровня культуры общества, поднимая этот уровень, и, говоря словами классика, «способствуя смягчению нравов».

Еще один пример. Эссе на модную ныне тему – А.В.Колчак и его роль. Идея статьи – защита белого адмирала и белого движения. Позиция, имеет право на существование, что автор подтверждает ссылкой на великих (И.Бунина, Д.Лихачева, В.Распутина). А дальше сказано: «Но есть мнение и других, отнюдь не великих», и приводится ссылка на позицию публициста, конечно, никогда не относившего себя к сонму великих. Зачем? Как говаривал один старый революционер, «автор бьёт не по аргументам, а по голове». Вновь повторяю – беда не в нарушении элементарной порядочности и этики, не в оскорблении существенно старшего по возрасту коллеги, и даже не в то, что материал опубликован накануне Дня примирения и согласия, а в том, что автор «не ведает, что творит». Не хватает культуры!

Мещанская тенденция. Пример: В день остановки президента Д.Буша в Москве и встречи его с президентом В.Путиним российское телевидение со вкусом сообщило, что президентские четы за завтраком насладились русскими блинами. Но вскоре «Российская газета» поправила телерепортеров. Президенты откушали салат из камчатских крабов и оливье, стерлядь, семгу, сельдь, студень, ассорти из языка, соленые грибы, баклажанную икру, свежие овощи и фрукты. Горячее же состояло вовсе не из блинов, а из голубцов и спинки молодого теленка. Дело вовсе не в том, что в этот момент хочется представить себе не только две президентские супружеские пары, но и две четы бомжей, спорящих о том, блины или ассорти из языка ели

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

наши полубоги, а в привлечении интереса обывателя к темам, кои в приличном обществе вообще не обсуждаются. Впрочем, пример, возможно, неудачен, можно процитировать более яркие пассажи. Например, о женах и любовницах артистов и политиков, о том, что у внучки Горбачева нет и быть не может романа с фабрикантом Романом Архиповым, ибо они всего только два дня вместе тусовались. Нет необходимости продолжать список подобного рода примеров, достаточно просмотреть свежие газеты, особенно из числа специализирующихся на материалах для женщин или молодежи.

Надо быть твердо убежденным в существовании внутренних ограничений для всех, и, тем более, для журналистов. Нельзя читать чужие письма, нельзя писать гадости о внешности, о болезнях, о родственниках и т.д. Нельзя иметь кругозор размером в двуспальную кровать, нельзя быть узником собственной пошлости и подделываться под обывательские интересы. Включить понимание этого в систему образования невозможно, однако обучать – необходимо. Не могу не сослаться при этом на нашего гениального поэта, бывшего ещё и блестящим журналистом. А.С.Пушкин писал князю П.А.Вяземскому:

«Зачем жалеешь ты о потере записок Байрона? чорт с ними! Слава богу, что потеряны.<...> Мы знаем Байрона довольно. Видели его на троне славы, видели в мучениях великой души, видели в гробе посреди воскресающей Греции. – Охота тебе видеть его на судне. Толпа жадно читает исповеди, записки etc., потому что в подлости своей радуется унижению высокого, слабостям могущего. При открытии всякой мерзости она в восхищении. Он мал, как мы, он мерзок как мы! Врете, подлецы: он мал и мерзок – не так как вы – иначе»

Минувший век, как впрочем, и любой другой, дал немало примеров «открытия всякой мерзости» у великих. Но представляется, что число радующихся этому подлецов, извлекающих из этого дивиденды разного рода, выросло ныне многократно. Нельзя, чтобы в это число входили журналисты!

Тенденция неуважительного отношения к языку. Не стану говорить о непримиримой борьбе российских руководителей с русским языком, о стараниях подделать язык СМИ под сортирный юмор и лагерный жаргон, обо всех этих прецедентах,

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

инцидентах, о безграмотных ударениях, неверном словоупотреблении и т.п. Мог бы битый час приводить примеры, вроде заявления одного выдающегося деятеля искусств о другом, не менее выдающемся: «Он занимает нишу, которую как бы не может занять никто другой». Так занимает или как бы занимает? Думаю, что подобного рода погрешности есть погрешности образования, но вовсе не журналистского, а общего, и именно повышение качества общего образования есть один из путей их устранения.

Но в условиях смены идеологии споры о языке приобрели идеологический характер. В обществе и в СМИ появились в качестве нормы слова «крыша», «мочить», «заказать» и им подобные, имеющие особый, жаргонный, смысл.

Абсолютно развращающе-реакционную роль играет во всем этом реклама. Недавний пример. ТВ демонстрирует телефильм «Венценосная семья». Напряженнейший трагический момент. Юровский, сказав Боткину: «Вот теперь, доктор, прощайте», отправляет Романовых в подвал. Николай несет на руках Алексея, создатели фильма предполагают наивысшее напряжение чувств зрителя, ведь он, зритель, знает, что сейчас последует. Но неожиданно появляется реклама средства для устранения засоров, а также собачьего корма, что, учитывая особые пристрастия одного из наших высших руководителей, не только кощунственно по отношению к бывшему царю и его семье, но и безнравственно по отношению к современной власти и правящей партии. Люди сегодня по разному относятся к событиям в Екатеринбурге, но всё же едва ли можно найти тех, для кого устранение бывшего царя и его семьи стоит рядом с устранением сантехнических недоразумений. Конечно, для бизнеса прибыль всегда выше морали, но какие-то пределы грехопадения должны быть? Есть ли у нас психологи? Врачи? Педагоги? Сами СМИ? Наконец, власть, над которой фактически издеваются!

Видимо, и тут дело уже не в специальном медиаобразовании, но вот еще пример.

*Журналистка спрашивает ученого:*

– Почему вы до сих пор не ответили на критические публикации в ваш адрес?

– За меня давно ответил Александр Сергеевич Пушкин. «Сты-

## Медиаобразование: от теории – к практике

*дить лжеца, смеяться над глупцом и спорить с женщиной все то же, что черпать воду решетом. А посему от сих троих избавь нас, Боже!»*

Небольшие ошибки цитирования простительны профессору, тем более, что эпиграмма великолепна и приведена к месту. Опубликованная лишь в 1859 году, она при жизни автора не печаталась, хотя написана еще в 1829 году, когда ему было 15 лет. Но звали его не Александром Сергеевичем, а Михаилом Юрьевичем, и фамилия у него была не Пушкин, а Лермонтов. Газета обязана поправить собеседника-физика, чтобы не подводить его и себя в глазах студентов-филологов. Тут ведь две стороны. Во-первых, хорошо бы интервьюеру получше знать своих классиков. А во-вторых, и этому надо требовательно учить, журналист обязан проверять факты и цитаты. Меня когда-то учили: «Даже если ты пишешь, что дважды два – четыре, проверь это утверждение по таблице умножения»

Последняя из тенденций, о которой необходимо сказать несколько слов – сужение круга участников процесса. Наше поколение преклонялось перед Эренбургом. Но представьте себе «Красную звезду» целиком заполненную блестящими корреспонденциями, очерками и эссе Ильи Григорьевича! Ныне из газет, радио, телевидения постепенно исчезают в качестве самостоятельных авторов, а не объектов интервью, так называемые «внештатники». Говорить о причинах этого явления не стану, но следствия очевидны: соревновательность, творческая конкуренция заменяются однообразием и скукой. А давно сказано, что в искусстве все жанры хороши, кроме скучного. Или мы работаем вне сферы искусства?

**Рац М.В.**

*Израиль*

**Розина И. Н.**

*Институт управления, бизнеса и права*

### **Коммуникативистика: проблемы и пути развития**

Становление и автономизация коммуникативистики как науки (Communication Study, Communication Science) началось немногим более полувека назад, но она унаследовала огромный объем разнообразных знаний и представлений о коммуникации (Human Communication), накапливавшихся со времен Платона и Аристотеля в самых различных областях интеллектуальной деятельности. Интенсивная работа мысли, посвященная коммуникации/диалогу продолжалась в XX в. и безотносительно к формированию собственно коммуникативной науки: здесь достаточно назвать имена М. Бубера, М. Бахтина, Л. Выготского, Ф. Розенцвейга, О. Розенштока–Хюсси, Ю. Хабермаса, Г. Щедровицкого.

В последние годы предпринимались попытки осмыслить и упорядочить это интеллектуальное богатство, ассимилировать его в рамках коммуникативистики (см., например, [6, 13, 14, 15, 16]), появились и отечественные обзоры [3, 5, 10, 8]), однако мы считаем, что эта работа только начинается.

В частности, из сказанного следует, что коммуникативистику все необязательно считать научной дисциплиной, а, если и считать так, то это не значит, что обсуждение ее проблем должно вестись исключительно в научном ключе. Хотя бы потому, что некоторые из них могут оказаться более заметными и выпуклыми при философском, ироническом или просто житейском взгляде. В данной статье мы попробуем взглянуть на коммуникативистику не только с точки зрения ученых, но и с учетом точки зрения потребителей продукции этой..., ну, скажем, дисциплины – в предположении, что дисциплина может быть не только научной, но, как минимум, еще и учебной. Сверх того хорошо бы разобраться, кто такие эти потребители: вспоминая о столь актуальной в России проблеме толерантности, мы подозреваем, что в этой позиции могут оказаться не только учащиеся или представители смежных наук, но и все граждане.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Для того, чтобы говорить о проблемах той или иной («нашей») системы и/или сферы деятельности, нужно, как минимум, представлять себе ее организацию: место в общественном раз- деления труда, функции по отношению к соседним системам, процессы и механизмы собственного функционирования и раз- вития (внутреннее устройство). Механизм развития мыслится при этом как преодоление возникающих в ходе нашей деятель- ности трудностей, постановка и решение соответствующих проблем. За недостаточной четкостью применительно к ком- муникативистике общепринятой картины указанного рода, – в чем уже можно увидеть проблему, – в первом приближении мы представляем дело следующим образом.

Примем для начала самое нейтральное представление о ком- муникативистике как науке, призванной обеспечивать знания- ми сферу коммуникации. В качестве интерфейса между ними мыслится некая коммуникативная техника, на которой основы- вается организация и обучение коммуникации. Коммуникацией будем считать, как это принято, процессы, центрированные на обмене информацией между различными субъектами деятель- ности, но подчеркнем, что при этом открытым остается важней- ший вопрос, сводятся ли они к такому обмену. Поскольку выбор ответа кардинальным образом влияет на содержание коммуни- кативистики и ее проблемы, мы вынуждены принять решение, и будем считать, что «голый» информационный обмен есть вы- рожденный случай коммуникации, вообще представляющей собой неизмеримо более сложную систему.

Собственно, таким образом, сразу высвечивается важней- шая проблема коммуникативистики: отсутствие онтологиче- ской картины изучаемого объекта и его схемы, которая могла бы лечь в основание теории коммуникации. Место такой схемы в коммуникативистике занимают различные «модели» комму- никации – Аристотеля, Шеннона-Уивера, Лассвелла, Осгуда– Шрамма, Якобсона и др., – причем вопрос об их соотношении друг с другом, конфигурировании даже не ставится<sup>1</sup>. Отсут- ствует, например, постановка вопроса о соотношении ключевых понятий коммуникации и диалога. В таких условиях проблема- тичной оказывается сама идея теории коммуникации: из упо- мянутых моделей только одна (модель К. Шеннона) породила

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

работающую теорию, но, как известно, это теория не коммуникации, а информации, согласно принятому нами решению пригодная лишь для вырожденного случая. К тому же это теория позитивного (естественнонаучного) типа, в то время как теория коммуникации, как следует из общих соображений, должна была бы быть в большей степени теорией нормативной – наподобие логики, этики или риторики (о позитивных и нормативных теориях [см. 4, С. 190]).

Известно много попыток уйти от примитивной, с точки зрения коммуникации, схемы обмена информацией (Р. Барт, Дж. Вуд, Ю Кристева, У. Матурана, Б. Пирс и др.). Наиболее подходящими концепциями для общего случая нам представляются идейно близкие взгляды М.М. Бахтина [1, 2] и Г.П. Щедровицкого [11, 12, 13 и др.]. Близка к ним, с нашей точки зрения, и концепция Б. Пирса [15]. Основываясь на их работах, мы можем, считать, что в понятии коммуникация объединяются два типа диалога: формальный, «композиционно выраженный» (Бахтин) диалог-1, который мы понимаем как обмен монологами/информацией, и следующий сократической традиции, «пронизывающий всю нашу жизнь» диалог-2, предполагающий само- и взаимоопределение коммуникантов, задействование в диалоге понимания, рефлексии, мышления (подробнее о двух типах диалога см. [9, С. 364]). Выключение перечисленных «трудов души» сводит диалог-2 к диалогу-1, значение которого, кстати, тоже не следует преуменьшать.

Дальнейшее движение в этом направлении уводит совсем в сторону от сложившихся традиций коммуникативистики, но представляется нам очень перспективным, и мы хотим привлечь к нему внимание научной общественности. В упомянутых работах Г.П. Щедровицкого и возглавлявшегося им Московского методологического кружка (ММК) можно выделить три важнейших момента.

1. Построена схема коммуникации как идеального объекта, принципиально отличающаяся от упомянутых выше «моделей» за счет включения ситуаций участников (у отправителя сообщения одна ситуация, у получателя – другая), различения смысла и значения, коммуникации и трансляции. На ее основе можно собрать воедино основные идеи, связанные с упомянутыми выше «моделями». Прорисовывается так же спектр ситуаций коммуникации от межличностной, с одной стороны, до межкультурной – с другой.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

2. Коммуникация истолкована не как взаимодействие между отдельно взятыми субъектами, осуществляющими собственную интеллектуальную деятельность, а как конституирующая форма организации самой этой деятельности. Работа интеллекта оказывается гораздо более сложной, чем казалось прежде. Среди прочего она представляется не индивидуальной, а коллективной, и лишь проецируется в сознание каждого из действующих лиц, – в том числе, каждого из нас – как, якобы, его отдельное, индивидуальное занятие. (Мы, чтобы не ходить далеко за примерами, никогда не написали бы данного текста, если бы не вступили в коммуникацию, диалог-2, друг с другом, продуктом которой он и является.)

3. В развитие сказанного в п.п. 1 и 2 построено понятие и схема мыследеятельности как особой формы организации работы интеллекта, учитывающей его сложносоставный характер. В рамках этой схемы коммуникация выступает центральным звеном интеллектуальной работы, объединяющим в единое целое другие интеллектуальные функции: мышление и действие, понимание и рефлексю. Но необходимо специально отметить, что мыследеятельность – это идеал, который реализуется преимущественно в условиях специальной организации.

Работы, о которых идет речь, выполнялись в свое время (1970–80-е гг.) в связи с другими обстоятельствами, чем нынешние, и преследовали цели, отличные от стоящих перед нами сейчас. А именно, речь шла тогда о выработке нового взгляда на мир мышления и деятельности, на присущие человеку интеллектуальные функции, среди которых, как оказалось, коммуникации следует отвести центральное место. Происходило все это в ММК в ходе формирования и развития методологии как – скажем в первом приближении – учения о мышлении и деятельности. При этом важнейшей отличительной чертой ММК была именно особая форма организации коммуникации между его членами, в которой реализовывались их теоретические представления или, наоборот, из которой они рафинировались<sup>2</sup>.

Конечно, вопросы, связанные с возможностями и путями построения и развития предметной науки о коммуникации, с типом возможной в данном случае теории возникают в совсем другой ситуации, это другие вопросы, и их решение требуют коллек-

## Медиаобразование: от теории – к практике

тивных трудов коммуникативного сообщества. Но как раз для решения таких вопросов упомянутые работы дают новые подходы, необходимую онтологическую картину коммуникации и, что не менее важно, задают должный уровень обсуждения. Нет нужды принимать все это на веру (такой прием противоречил бы идеологии ММК), но понимание, осмысление, критический анализ работ ММК и включение их в профессиональную культуру коммуникативного сообщества входит, как нам кажется, в зону ближайшего развития коммуникативистики.

Вторая группа вопросов, теснейшим образом переплетающаяся со сказанным, касается форм самосознания и осмысления своей деятельности специалистами по коммуникации. Коммуникативистика формировалась под влиянием научных традиций как особая область знаний о коммуникации и направленная на выработку этих знаний деятельность. По крайней мере, в России доминирует самосознание коммуникативного сообщества именно как научного. В существующей ситуации такое самосознание оправдано и, не исключено, что является наиболее удобным, но оно заведомо не единственно возможное. Почему бы, например, не считать, что знания о коммуникации как особого рода практике получаются не с помощью научных исследований, требующих построения специального идеального объекта, а непосредственно из анализа опыта? Это более реалистично, да и великое множество разнообразных человеческих практик обходится без «своей» науки. Как минимум, следовало бы различать эти две квалификации, но любой способ представления своей работы предполагает осмысление задействуемых методов и средств, возникающих трудностей и проблем. Пока что все это остается на дальнейшей периферии интересов специалистов, интересы которых сосредоточены на изучении своих объектов.

Однако в наше время общественная потребность в любой, в том числе и коммуникативной науке определяется тем, что нас не устраивает в существующей практике, что мы хотим, но не можем изменить в ней наличными средствами. Выработка недостающих методов и средств решения практических проблем оказывается, в конечном счете, задачей науки. Любая работа, в том числе и научная, должна начинаться с вопроса, кто, как и для какой надобности будет использовать ее продукты и ре-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

зультаты. С этой точки зрения, обсуждаемые работы оказываются до- или преднаучными: это то основание, на котором может строиться система знаний о коммуникации и деятельность по ее изучению, а сложится ли на этом месте наука (или удастся ли ее построить) – отдельный вопрос.

Ответ на него связан с двумя обстоятельствами. *Первое*. Человеческая мысль далеко не всемогуща, и вовсе не факт, что в своем историческом развитии она уже созрела для формирования коммуникативной науки. Очень возможно, что гуманитарная мысль в целом еще не достигла нужного для этого уровня, что, разумеется, может служить не препятствием, а стимулом для нашего движения вперед. *Второе*. Наука отнюдь не является единственной возможной формой организации продуктивной и общественно полезной интеллектуальной деятельности. Тема эта плохо проработана, но стоит заметить, что, например, научные предметы и учебные дисциплины – совсем разные формы организации, а, если говорить о познавательной деятельности, то наряду с упоминавшимся различием научных исследований и анализа, не следует забывать и о таких отличных от науки формах организации как философия или искусство. С этой точки зрения, коммуникативистика имеет ближайший аналог в лице сексологии, которая, будучи в высшей степени необходимой, общественно полезной и востребованной сферой деятельности и областью знаний, вовсе не имеет (да и не может иметь) своего научного предмета. Здесь, впрочем, мы выходим уже в другую проблемную область – методологию науки.

Возвращаясь к нашим трудностям и проблемам, мы обратили бы еще внимание на два обстоятельства, с которых, наверное, следовало начать, и которые являются, с нашей точки зрения, явными симптомами неблагополучия в нашем профессиональном сообществе. *Первое* – это непропорционально большое число работ, по-своему, может быть, и очень интересных, но таких, за которыми не просматривается никаких перспектив практического использования. Конечно, такие перспективы могут вырисовываться далеко не сразу, но и полное безразличие исследователей к возможностям и путям практического использования продуктов их труда вряд ли нормально. Забота об упоминавшемся в начале статьи интерфейсе – технике совершенствования коммуникации в самых различных сферах

## Медиаобразование: от теории – к практике

деятельности, должна быть в центре внимания профессионального сообщества.

*Второе.* Сформировавшись в рамках научной традиции, наше сообщество унаследовало и «антикоммуникативную» форму организации конференций, на которых представляется, как правило, необозримое множество заранее подготовленных сообщений, на обсуждение которых (т.е. на работу интеллекта «здесь и теперь», на диалог-2) не остается времени. Господство, казалось бы, устаревшего для наших целей и отвергнутого информационного подхода продолжается не только в теории, но и на практике.

В заключение еще раз подчеркнем, что высказанные сообщения требуют, конечно, детального и предметного критического анализа, в расчете на который мы и публикуем эту статью. Только в результате их обсуждения в широком кругу специалистов можно наметить программу действий по преодолению стоящих на нашем пути трудностей и развитию коммуникативистики, являющейся, с нашей точки зрения, может быть и не наукой, но царицей наук XXI века.

### **Примечание**

<sup>1</sup> Охарактеризованная ситуация, в частности, проявляется в небольшой дискуссии, идущей в группе Гугла: [http://groups.google.com/group/rca\\_discussions?hl=ru](http://groups.google.com/group/rca_discussions?hl=ru). Собственно, настоящий текст и является одним из продуктов этой дискуссии

<sup>2</sup> Отсюда, в частности, родилась и получившая широкую известность практика организационно–деятельностных игр.

### **Литература**

1. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: 1972, – 424 с.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: 1979, – 470 с.
3. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176с.
4. Блауг М. Методология экономической науки или как экономисты объясняют. – М., 2004. – 416 с.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

5. Кашкин, В.Б. Основы теории коммуникации: Краткий курс. – М.: АСТ: Восток–Запад, 2007. – 256 с.
6. Крейг Р.Т. Теория коммуникации как область знания // Компаративистика: Альманах сравнительных социогуманитарных исследований. – Вып. 3 / Под ред. Л.А. Вербицкой [и др.]. – СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2003. – С.72–126.
7. Основы теории коммуникации: учебник / Под ред. М.А. Васькиной. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.
8. Рац М.В. Коммуникация, общение, диалог // Книга в системе общения. 2–е изд. – М., 2006, 496 с.
9. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2002. – 461 с.
10. Щедровицкий Г.П. Смысл и значение // Проблемы семантики. М., 1974 [Г.П. Щедровицкий. Избранные труды. М., 1995; Г.П. Щедровицкий. Мышление. Понимание. Рефлексия. М., 2005].
11. Щедровицкий Г.П. О значении исследования коммуникации для развития представлений о мыследеятельности. Доклад на совещании по коммуникации и пониманию в НИИОПП АПН СССР. 1980 // Г.П.Щедровицкий. Мышление. Понимание. Рефлексия. М., 2005.
12. Щедровицкий Г.П. Схема мыследеятельности – системно-структурное строение, смысл и содержание // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник 1986. М., 1987 [Г.П. Щедровицкий. Избранные труды. М., 1995; Г.П. Щедровицкий. Мышление. Понимание. Рефлексия. М., 2005].
13. Griffin E.A. A first look at communication theory / Em Griffin; special consultant, Glen McClish. McGraw–Hill, 2000.
14. Littlejohn, S.W. Theories of Human Communication. – 7th ed. – Belmont, CA: Wadsworth, 2002.
15. Pearce, W.B. Extending the Theory of Coordinated Management of Meaning (CMM) Through a Community Dialogue Process / W.B. Pearce, K.A. Pearce // Communication Theory, 2000, P.405–423.
16. West, R. Introducing communication theory: analysis and application / R. West, L. Turner. – 2nd ed. – McGraw–Hill, 2004.

**И. А. Фатеева**

*Челябинский государственный университет*

### **Теория медиадеятельности как альтернатива традиционно выделяемых теорий медиаобразования**

Как известно, современной наукой ни в России, ни за рубежом не выработано единой и всеми признанной теории медиаобразования. По мнению А.В. Федорова, на эту роль продолжает претендовать около десятка концепций: теория развития критического мышления (критической автономии/демократического мышления), культурологическая, социокультурная, семиотическая, «практическая», эстетическая, идеологическая, этическая, предохранительная (прививочная / инъекционная / защитная), теория «потребления и удовлетворения» [7, С. 31–48]. Однако нам представляется, что ни одна из перечисленных концепций не в состоянии удовлетворить основную потребность практики – быть теоретическим обоснованием всех без исключения существующих моделей и модулей современного медиаобразования как педагогической деятельности.

Действительно, все они ставят в центр внимания не вопросы обучения, а вопросы онтологии средств массовой информации и коммуникации. Большая их часть посвящена характеру взаимодействия медиа и аудитории («инъекционная», «потребления и удовлетворения», «критической автономии» и др.; ряд коммуникативистских теорий можно бы было продолжить хронологически более поздними теориями «селективной экспозиции», «стереотипных капсул», «статус-кво» и т.д.). На наш взгляд, «выводить» медиаобразовательную концепцию из коммуникативистских теорий не только неразумно, но и вредно, поскольку таким образом изначально закладывается концептуальная разобщенность педагогов и их воспитанников, отягощенная морально-этическими проблемами: не придя к единому ответу по существу спора, педагоги берутся навязывать каждый свое небесспорное видение вопроса аудитории.

Что же касается теорий, берущих свои названия от номинаций наук или видов деятельности (культурологическая, семио-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

тическая, эстетическая и т.д.), они и вовсе носят прикладной характер и, если и могут претендовать на роль концептуального стержня медиаобразовательной деятельности, то только в рамках межпредметного подхода, когда медиаобразовательная тематика является иллюстративным материалом в рамках «номинального» учебного предмета (культурологическая теория на занятиях по культурологии, семиотическая на занятиях по семиотике и т.д.). В любом случае собственно педагогические (деятельностные и целевые) аспекты этих теорий имеют, на наш взгляд, вторичное значение и практически никак не определяют характера самого образовательного процесса.

Мы предлагаем медиаобразовательному сообществу рассмотреть в качестве альтернативы вышеназванным концепциям теорию медиадеятельности, способную быть той теоретико-объединяющей, интегративной осью, которой так не хватает современному медиаобразованию для консолидации ученых и педагогов разных школ. Предлагаемая нами теория изначально исходит из последовательно компетентного подхода к организации учебного процесса и нацеливает на конечный результат взаимной деятельности учащихся и педагогов, причем для обоих видов медиаобразования (профессионального и массового). На наш взгляд, прикладной характер содержания медиаобразования, его направленность на такую сферу личности, как опыт, требуют адекватных теоретических положений и соответствующего педагогического инструментария. Таким образом, практический подход мы считаем отправной точкой теории медиапедагогики и основой для решения вопроса о предпочтении той или иной педагогической технологии. Однако «практический подход» и «практическая теория» (см. список существующих теорий в первом абзаце статьи) для нас отнюдь не синонимы. Представители «практической теории» чересчур односторонне и локально ставят свои образовательные цели. По их мнению, основная задача медиапедагогов – обучить учащихся использовать медиа-аппаратуру и с ее помощью создавать свои собственные медиатексты. Но в таком случае за пределами внимания педагогов оказывается вся сфера восприятия, анализа и интерпретации медиатекстов, из-за чего значительная часть возможных сторонников практического подхода вынуждена от-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

казаться от данной теоретической традиции как от не соответствующей их педагогической практике.

Мы предлагаем исходить из более широкого понятия «медиадеятельности», под которой мы понимаем любую активность субъекта, направленную на производство и/или адекватное восприятие медиатекстов, т.е. текстов, предназначенных для распространения через массмедиа. При этом мы опираемся на традиции субъектно-деятельностной теории в психологии, разработанной С.Л. Рубинштейном и А.Н. Леонтьевым в двух вариантах еще до институализации коммуникативистики как науки: по утверждению современных исследователей К.А. Абульхановой-Славской и А.В. Брушлинского, философские, психологические и педагогические основы деятельностного подхода были заложены С.Л. Рубинштейном в 1922 году в статье «Принцип творческой самодеятельности (к философским основам современной педагогики)» [1, С. 645]. В широком смысле деятельность, по С.Л. Рубинштейну, – это «активность субъекта, направленная на изменение мира, на производство или порождение определенного объективированного продукта материальной или духовной культуры» [4, С. 172]. Следует оговориться, что положения деятельностной теории разрабатывались ее основателями применительно ко многим видам деятельности, среди которых медиадеятельность специально не выделялась. Приняв, однако, к сведению то обстоятельство, что «виды человеческой деятельности определяются по характеру основного «продукта», который создается в результате деятельности и является ее целью» [4, С. 34], мы считаем возможным перенести основные теоретические положения субъектно-деятельностного подхода на медиаматериал. В пределах журнальной статьи мы не имеем возможности подробно излагать все положения теории медиадеятельности и деятельностной теории, к которой она восходит, поэтому отошлем заинтересованных читателей к нашей монографии [6, С. 10–54, 118–130, 135–140]; здесь же ограничимся номинальным перечислением тезисов и беглым очерком наиболее принципиальных из них.

Так же, как в деятельностной теории, мы предлагаем выделять в теории медиадеятельности прежде всего две стороны: технологическую и смысловую. Первая представляет собой анализ медиадеятельности с точки зрения реализующих ее

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

процессов, вторая характеризует медиадетельность через отношение активности человека к его мотивам. С позиций технологии важны такие положения деятельностной школы, как различение деятельности, действий и операций [4, С. 172; 2, С. 288–289] и способ формирования новых видов деятельности [2, С. 290], с позиций смысловой стороны – тезисы об иерархичности мотивов деятельности [3, С. 168], о процессе порождения и трансформаций личности человека в его деятельности [3, С. 139], о личностном смысле и его отличии от значения [3, С. 118], о различении смыслообразующих мотивов (побуждающих деятельность и придающих ей личностный смысл) и сосуществующих с ними мотивов-стимулов и о приоритете в психической жизни индивида смыслообразующих мотивов [3, С. 159], о различении «актуально сознаваемого» содержания и содержания, «лишь оказывающегося в сознании» [2, С. 361-364], о двух типах операций («сознательных» и родившихся из подражания) [2, С. 361-364], о категории поступка [4, С. 23].

Кроме адаптации к медиаматериалу выше перечисленных идей деятельностной теории, теория медиадетельности должна иметь свои собственные концепты. К таковым мы относим положения о медиаобразовательной среде [6, С. 135–141], о медиаобразовательном проекте [6, С. 118–130], о принципах медиаобразования [6, С. 39–54], а также о классификации видов медиаобразования [6, С. 34–39]. Коротко остановимся на наиболее принципиальных моментах.

О медиаобразовательной среде (МС). Под МС мы понимаем объективно существующую совокупность общественно-политических, технических, педагогических и прочих условий, в которых протекает медиадетельность людей. Коренным образом изменить МС бывает очень проблематично из-за ее метапедагогического характера, но участвовать в ее формировании и коррекции, а также в понижении уровня негативного влияния стихийной среды за счет ее педагогической организации – прямой долг преподавателей. При этом надо помнить, что существует несколько групп средовых медиафакторов, воздействующих на личностное сознание, среди которых наиболее важными нам представляются следующие: территориально-учрежденческие, социально-поколенческие, личностные.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

О медиаобразовательном проекте (МП). МП в нашем понимании – это частный случай реализации проектной технологии, которая бесспорно, относится к группе активных методов обучения (наряду с тренингами, игровыми технологиями и т.д.). Мы считаем МП наиболее универсальной и эффективной педагогической технологией медиаобразования, как нельзя более соответствующей теории медиатеатральности. Медиаобразование, реализующееся на основе проектной технологии, мы называем активным (в английской традиции для него часто используется особый термин *media studies*). Пройдя через обучение данного типа, обучающийся приобретает навыки активного коммуникатора благодаря участию в разработке и реализации того или иного МП (газеты, журнала, теле- и радиопередачи, анимационного проекта и т.д.). Пассивное же медиаобразование направлено на формирование пользовательских знаний, навыков и умений; в этом случае обучающийся осваивает роль реципиента массово-коммуникационных процессов. Однако в наше время – время все более усиливающейся интерактивности современных средств массовой коммуникации – пассивное медиаобразование не в состоянии решать задачи подготовки населения к жизни в медиатизированном обществе. Значит, в отличие от всех других педагогических средств, которые могут использоваться на усмотрение педагога в той или иной ситуации, МП должен считаться стержневой технологической формой медиаобразования, а владение методикой его осуществления обязательно для профессионального медиапедагога.

Какие проекты в информационно-коммуникационной сфере могут считаться медиаобразовательными? По сути, образовательные функции подспудно присущи любому средству массовой информации и коммуникации, но медиаобразовательными, на наш взгляд, могут называться только такие проекты, которые специально созданы в учебных целях (независимо от учреждения, аудитории и ареала распространения и масштаба предприятия), а также учрежденные учебными заведениями (т.н. корпоративная пресса учебных заведений). В отношении последних стоит заметить, что они могут активно использовать коммерческие механизмы функционирования (привлекать рекламу, использовать профессиональных сотрудников, вводить оплату

## Медиаобразование: от теории – к практике

труда штатных авторов и т.д.), и, тем не менее, функционирование в стенах учебных заведений и учет их потенциальных образовательно-воспитательных воздействий на контингент учащихся неизбежно придают им характер медиаобразовательного проекта.

Будучи частной формой реализации проектной технологии, МП берет свое начало в методе проектов, центральном элементе «прагматической педагогики» Д. Дьюи, имевшей необыкновенную популярность в мире в первой половине XX века (в России – в послереволюционные 20-е годы). Суть метода выражается короткой формулой «learning by doing (обучение посредством делания)». Технология имеет ограниченную сферу применения в целях освоения теоретического содержания, но может довольно эффективно применяться в освоении прикладных дисциплин, творческих специальностей и, вообще, во всех тех случаях, когда педагогическое воздействие осуществляется на такую личностную структуру, как действенно-практическая сфера (СДП, по терминологии Г.К. Селевко [5, С. 6]). Поскольку всякий учащийся, выполняющий собственный проект или участвующий в реализации группового проекта, неизбежно проявляет субъектную активность, а его развитие через обогащение жизненного и профессионального опыта, через реализацию его потребности в самоорганизации, самоопределении и саморазвитии является целью реализации проектов как формы организации учебного процесса, проектная технология по праву может быть отнесена к личностно ориентированным педагогическим технологиям.

О принципах медиаобразования. Наиболее важными мы считаем принципы доступности, массовости, непрерывности, диалогичности, общественно-государственного характера, принцип разнообразия и адекватности по содержанию и формам.

О классификации видов медиаобразования. Мы выделяем следующие виды современного медиаобразования:

- по целям: профессиональное и массовое;
- по степени организованности: формальное, внеформальное и неформальное;
- по видам образовательных учреждений: основное и дополнительное (в том числе компенсаторное);

## Медиаобразование: от теории – к практике

- по наличию видовой интеграции: интегрированное и специальное (в том числе специализированное);
- по направленности: практико-ориентированное, академически-ориентированное и смешанное;
- по предметно-содержательной локализованности: предметное, межпредметное и многопредметное;
- по формам реализации: активное, пассивное и смешанное;
- по уровням: дошкольное, среднее (начальное, неполное среднее, полное среднее), профессиональное (начальное; среднее; высшее, в том числе бакалавриат, специалитет, магистратура; послевузовское).

В заключение добавим, что в самом общем виде теория медиадеятельности в нашем понимании должна исходить из признания того факта, что медиаобразованию как форме организации образовательного процесса логично строиться на последовательном разворачивании педагогами благоприятных педагогических условий для освоения аудиторией следующих форм деятельности:

- адекватное восприятие медиатекстов как продуктов человеческой деятельности, понимание механизмов их возникновения и тиражирования, их критическая оценка и квалифицированное суждение о них;
- включенное наблюдение за характером функционирования в обществе средств массовой информации и коммуникации (как системы, так и ее отдельных предприятий), ориентация в них в целях их осознанного выбора и потребления;
- участие в диалоге с массмедиа на основе современных технических средств;
- освоение процесса создания медиатекстов на основе участия в медиаобразовательных проектах разной степени масштабности.

### **Литература**

1. Абульханова-Славская К.А., Брушлинский А.В. Исторический контекст и современное звучание фундаментального труда С.Л. Рубинштейна / Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2001.
2. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения. В 2 т. Т. 1. М., 1983.

## Медиаобразование: от теории – к практике

3. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Смысл; Изд. ц-р «Академия», 2004.

4. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. – СПб.: Питер, 2001.

5. Селевко Г.К. Современные образовательные технологии: учеб.пособие. М., 1998.

6. Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007.

7. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004.

## Медиаобразование: от теории – к практике

**А. В. Федоров**

*президент Ассоциации кинообразования  
и медиапедагогике России*

### **Медиаобразование против медийного насилия**

Формулировка понятия «насилие на экране» в российской науке принадлежит К.А.Тарасову: оно трактуется исследователем, как аудиовизуальное изображение разновидности «социального взаимодействия, в котором одно действующее лицо (или группа лиц) осуществляет негативное принуждение по отношению к другому действующему лицу (или группе лиц) посредством угрозы или реального применения физической силы, имеющее своим последствием телесные повреждения, моральный и имущественный ущерб».

Сегодня многие ученые мира обеспокоены негативным влиянием сцен экранного насилия на детскую аудиторию. Речь идет и о том, что те или иные средства массовой информации практически нарушают права ребенка, определенные документами ООН, не соблюдают возрастные ограничения при демонстрации (прежде всего по телевидению) сцен насилия на экране. Этой проблеме посвящены многие зарубежные исследования, касающиеся воздействия насилия в экранных медиатекстах на детскую и молодежную аудиторию.

Особая строка – изображение насилия на ТВ. Я провел специальный мониторинг на эту тему (подробнее об этом можно прочесть в моей монографии «Права ребенка и проблема насилия на российском экране», опубликованной в 2004 году и имеющей интернет-вариант на сайтах <http://www.auditorium.ru>, <http://edu.of.ru/medialibrary>, на сайте Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России <http://edu.of.ru/mediaeducation>), на портале «Информационная грамотность и медиаобразование» <http://www.mediagram.ru>. Практически все телеканалы (кроме СТС) включали в свои новостные выпуски (от 3-х до 8-ми раз в сутки) материалы, содержащие сцены насилия (документальные съемки окровавленных жертв убийств, катастроф, военных действий, терроризма и т.д.). При этом значительная часть этих выпусков приходилась

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

на дневное время. Шли и телепрограммы, специализирующиеся на сюжетах, связанных с насилием и жертвами насилия, кровавыми подробностями катастроф и т.п., причем, в большинстве случаев – с утренними повторами вечерних и ночных программ. «Дежурная часть», «Криминал», «Криминал: Чистосердечное признание», «Дорожный патруль», «Петровка, 38»... В среднем каждый выпуск подобной передачи – 15-20 минут. Но общее количество часов, отведенных на четырех тогдашних ведущих российских каналах для специализированных передач о насилии и преступлениях, составило примерно 22-23 часа в неделю (то есть примерно по 6 часов в неделю «криминальных передач» на один канал!).

Что же могла увидеть детская аудитория в утренних и дневных «криминальных» передачах? Вот лишь несколько примеров. Понедельник. Показ крупным планом окровавленных трупов детей, убитых квартирным грабителем, и жертв очередной мафиозной «разборки». Вторник. Снова на экране трупы убитых – задушенных и зарезанных. На сей раз показаны полуразложившиеся человеческие тела. В тот же день в 18-45 на экране кадры с окровавленным наркоманом-убийцей, выбросившимся из окна седьмого этажа. Плюс крупный план лица убитого бандита. Среда, четверг, пятница, суббота... Снова по многим каналам демонстрируются кадры с окровавленными трупами, изуродованными телами... Кстати, «криминальные» передачи разных каналов в течение дня показывали практически одни и те же сюжеты о преступлениях. Все это сплеталось (и, увы, сплетается и на сегодняшнем ТВ) в однообразный сериал экранного насилия...

На основе многолетних исследований я составил проект классификации возрастных рейтингов по отношению к аудиовизуальной продукции любого типа:

Фильмы, телепередачи, видеокассеты, Video CD, DVD, компьютерные диски всех типов для просмотра, продажи, проката:

«0» – для общей аудитории, без возрастных ограничений;

«7+» – для аудитории старше семи лет;

«13+» – для аудитории старше 13 лет;

«15+» – для аудитории старше 15 лет;

«18+» – для аудитории старше 18 лет.

Такая классификация отвечает традиционному для России делению аудитории на дошкольников (до 7 лет), подростков

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

(до 14 лет), старшеклассников (до 16 лет) и совершеннолетних (старше 18 лет). Естественно, здесь возможны варианты и дополнения. Например, введение рейтингов «13-B» или «15-B» (то есть дети до 13 или 15 лет допускаются к просмотру только в сопровождении взрослых).

В пунктах видеопроката, продажи видеокассет, DVD, Video CD и CD-ROMов необходимо четко соблюдать аналогичные правила возрастных ограничений: для этого на каждой видеокассете или диске с записью фильма или компьютерной игры покупатели должны иметь возможность прочесть указанные возрастные ограничения или убедиться в отсутствие оных.

По-моему, в России нужен и четкий временной диапазон для демонстрации фильмов, передач, выпусков новостей, содержащих сцены насилия в ежедневной сетке телепрограмм. По аналогии с международной практикой, вероятно, можно предложить российским телеканалам воздерживаться от показа сцен насилия с 6 утра до 10 вечера; а, кроме того, – использовать систему знаков возрастных рейтингов, как в публикациях телепрограмм, так и перед их демонстрацией в эфире.

Пассивность современной российской школы в области медиаобразования, на мой взгляд, объясняется слабой медиакомпетентностью/медиаграмотностью самих учителей. Выход из этой ситуации может быть только один – включать медиаобразовательные курсы в учебные планы педагогических вузов, организовать медиаобразовательные курсы для школьных учителей и преподавателей вузов. Ассоциация кинообразования и медиапедагогике вот уже много лет предпринимает ряд усилий в этом направлении. Так, с подачи нашей научной школы в 2002 году Министерство образования РФ зарегистрировало новую специализацию для педагогических вузов «Медиаобразование» и присвоило ей государственный номер 03.13.30 (в Таганрогском государственном педагогическом институте в 2007 году состоялся первый выпуск дипломированных педагогов с данной специализацией). Теперь наша Ассоциация предпринимает попытки открыть не только специализацию, но и новую полноценную специальность «Медиаобразование», выпускники которой могли бы преподавать курсы по медиаграмотности в российских вузах, прежде всего – педагогических.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык экранных искусств.

Предложения профессора А.В.Шарикова (см. <http://edu.of.ru/mediaeducation>) о создании при крупнейших университетах факультетов коммуникации (или факультетов массовой коммуникации) кажутся мне весьма убедительными и перспективными. Тем паче, что в западных университетах такого рода факультеты (communication studies, media studies) уже давно заменили традиционные для России факультеты журналистики, вобрав при этом, конечно, все функции подготовки будущих профессионалов в сфере прессы, радио, телевидения и Интернета. Другой возможный вариант видится мне в открытии при университетах и педагогических вузах факультетов «Информационных технологий в области образования». На этих факультетах можно было бы готовить преподавателей по следующим специальностям: информатика; информационная безопасность; медиаобразование; менеджмент в сфере информационных образовательных технологий и медиаобразования; организатор досуга в медиасфере и т.д.

Организация аналогичных факультетов была бы, наверное, вполне уместной и в университетах/институтах культуры и искусства. Там набор специальностей мог бы быть следующим: культурология; искусствоведение (включая театроведение и киноведение); медиаобразование; менеджмент в сфере культуры, медиа и образования и т.п. Сходного мнения придерживаются и другие ведущие медиапедагоги России – О.А.Баранов, В.В.Гура, Н.Б.Кириллова, А.П.Короченский, В.А.Монастырский, С.Н.Пензин, Г.А.Поличко, Л.В.Усенко, Н.Ф.Хилько, И.В.Челышева и многие др. В Челябинске в 2004 году уже сделаны первые шаги

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

в подобном направлении – создан Центр медиаобразования при Южно-Уральском государственном университете. Несколько позже созданы такого рода центры в Екатеринбурге, Перми, Томске и др. городах России.

Можно предложить также следующие примерные рекомендации для медиаорганизаций, российской общественности (родителей, педагогов, ученых и др.) и государственных структур относительно соблюдения прав ребенка на получение гуманной, не содержащей насилия аудиовизуальной информации. Для:

1) государственных структур: разработать эффективную модель государственной социокультурной, экологической (экология человека) политики в области регулирования отношений несовершеннолетней аудитории с медиатекстами, содержащими сцены насилия; усовершенствовать соответствующие законы и механизмы их исполнения/контроля; поощрять развитие медиаобразования;

2) корпораций и различного рода организаций/фирм, связанных с производством, распространением/прокатом/продажей медиатекстов: создавать и широко распространять познавательные и увлекательные медиатексты (кино/видео/телефильмы, радио/телепередачи, интернетные сайты, компьютерные/видео игры с отсутствием или минимальным присутствием насилия; переносить показ медиатекстов, содержащих сцены насилия, на позднее вечернее и ночное время в телевизионной сетке; избегать шокирующего восприятия детской аудиторией визуальных деталей изображения насилия в теленовостях и других телепередачах в утренние, дневные и ранние вечерние часы; при создании медиатекстов акцентировать негативное отношение к насильственным действиям, показывать иные, ненасильственные способы решения тех или иных проблем; строго соблюдать возрастные рейтинги для демонстрации, продажи, проката любых медиатекстов.

3) родителей: контролировать контакты своих детей (особенно дошкольного возраста) с медиатекстами разных видов и жанров с учетом возможностей отрицательного воздействия на несовершеннолетних сцен экранного насилия, ориентируясь при этом на систему возрастных рейтингов и мнения специалистов в области медиакультуры и педагогики; опираться при

## Медиаобразование: от теории – к практике

этом на индивидуальные психологические и интеллектуальные особенности своих детей; уделять время совместным с детьми контактам с медиатекстами с их последующими обсуждениями, в том числе и на тему насилия на экране и в жизни;

4) педагогов: активно использовать возможности медиаобразования, экранных искусств, Интернета, компьютерной анимации, интерактивной игры для развития творческих и коммуникативных способностей детей, их критического мышления (в том числе по отношению к медиатекстам на тему насилия), эстетического восприятия и вкуса;

5) ученых, публицистов: продолжать исследования тематики воздействия медианасилия на несовершеннолетнюю аудиторию, пропагандировать результаты данных исследований в средствах массовой информации.

Словом, России нужна осмысленная система взаимоотношений несовершеннолетней аудитории с медиакультурой.

**Н. Ю. Хлызова**

*Иркутский государственный  
лингвистический университет*

### **Интерпретация понятий «компетентность» и «компетенция»: к проблеме систематизации научной терминологии медиаобразования**

Появление информационных технологий в повседневной и профессиональной жизни человека, а также вхождение России в единое Европейское образовательное пространство требует модернизации содержания образования, следовательно, необходимы изменения образовательных целей учебного процесса, которые в соответствии с социальным заказом, должны быть направлены на формирование и развитие способностей учащегося к работе с информацией. Результатом педагогического процесса становится медиакомпетентная личность, способная максимально использовать медийные технологии в самообразовании и саморазвитии. В связи с подключением к Болонской декларации, на сегодняшний день ключевыми понятиями в педагогической науке являются «компетентность» и «компетенция». Советом Европы выделены ключевые компетентности, которыми должны владеть выпускники учебных заведений. Концепция модернизации российского образования на период до 2020 года определяет основные положения компетентностного подхода в образовании. Основные итоги деятельности любого образовательного учреждения заключаются в комплексе ключевых компетенций учащихся в информационной, правовой, образовательной и других сферах [58, С. 32]. Как видим, данные понятия приобрели особую значимость, являются основой новой концепции образования; в педагогической же науке представляют феномен относительно новый, а, следовательно, мало изученный. Педагогическая наука начала заниматься вопросами компетентности позже других наук, базируясь на результаты исследований в области социологии, психологии, философии, математики, кибернетики и др. С одной стороны, расширение терминологического аппарата, внедрение новых

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

категорий является неотъемлемой частью развития педагогической науки, которая должна не только соответствовать потребностям современного общества, но и двигаться с опережением. С другой стороны, новые термины часто вызывают неточность и многозначность интерпретации. На современном этапе развития в педагогике не существует точного определения понятий «компетентность» и «компетенция». Исследователи определяют проблематику данного вопроса по-разному. Т.В. Иванова отмечает «недостаточную разработанность понятийного аппарата, что создает значительные трудности при определении перечня компетенций. ... понятия «компетенция» и «компетентность» обычно рядопологаются, поэтому возникает вопрос: это одно и то же или это разные понятия?» [4, С. 16].

Остановимся на анализе вышеуказанных понятий. Частичное совпадение внешней формы, похожее звучание порождают ошибочную подмену понятий и искажение дефиниций слов. С этимологической точки зрения оба слова уходят своими корнями к латыни. Компетенция от *competentia* – надлежащий, способный; компетентность – *competo* – добиваюсь, соответствую, подхожу. Были заимствованы из английского языка, в котором слово *competence* имеет ряд значений, первое – способность, данные, знания, компетентность; второе – компетенция, правомочность. Налицо полисемия, компетенция и компетентность являются разными значениями одного многозначного слова *competence*. В великом русском языке данные понятия закрепились как совершенно разные лингвистические единицы, близкие друг другу по звучанию, но имеющие абсолютно разную семантику: Компетентность – 1) область полномочий управляющего органа, должностного лица; круг вопросов, по которым они обладают правом принятия решений. Зона полномочий тех или иных органов и лиц устанавливается законами, другими нормативными актами, положениями, инструкциями, уставами; 2) знания, опыт в той или иной области. Компетенция – 1) Круг вопросов, явлений, в которых данное лицо обладает авторитетностью, познанием, опытом. 2) Круг полномочий, область подлежащих чьему-н. ведению вопросов, явлений (право). (Толковый словарь Ушакова).

Следовательно, перед нами не что иное, как паронимы, слова с частичным звуковым сходством при их семантическом разли-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ции (полном или частичном). Рассмотрим определения данных понятий, предлагаемые исследователями разных отраслей науки, для определения их сущности в педагогическом аспекте.

А. В. Хуторской считает, что понятие «компетенция включает совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определённому кругу предметов и процессов и необходимых для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним. Компетентность – это владение, обладание человеком соответствующей компетенцией, включающей его личностное отношение к ней и предмету деятельности» [9, С.141]. В соответствии с данным определением, компетенция это комплекс личностных характеристик, необходимый для функционирования в обществе, компетентность – опыт в той или иной области.

Зимняя И. А. определяет «компетентность» как основывающийся на знаниях, интеллектуально и личностно обусловленный опыт социально-профессиональной жизнедеятельности человека. В противопоставление, «компетенция» рассматривается как не пришедший в «употребление» резерв «скрытого», потенциального» [3,С.34]. Автор рассматривает компетентность как совокупность знаний и практически усвоенных навыков, умений. С чем нельзя не согласиться. Компетенция интерпретируется как пассивный элемент абстрактной сущности, с чем можно поспорить.

А.В. Баранников в работе, посвященной проблемам компетентного подхода рассматривает компетентность как «... самостоятельно реализуемая способность, основанная на приобретенных знаниях ученика, его учебном и жизненном опыте, ценностях и наклонностях, которую он развил в результате познавательной деятельности и образовательной практики» [1, с. 13].

Английский психолог Дж. Равен определяет компетентность, как специфическую способность эффективного выполнения конкретных действий в предметной области, включая узкопредметные знания, особого рода предметные навыки, способности мышления, понимание ответственности за свои действия. [6, С. 161] Авторы предлагают рассматривать компетентность как способность, способность это умение, а также возможность производить какие-то действия, следовательно, два вышеопис-

## Медиаобразование: от теории – к практике

санных определения являются более емкими, т.к. предполагают не только приобретенные, целенаправленно сформированные умения, но и возможность их реализации.

В.В. Сериков определяет компетентность как «способ существования знаний, умений, образованности, способствующий личностной самореализации, нахождению воспитанником своего места в мире» [Сериков В.В., 2003, С.8]. Автор делает акцент на систему действий, применяемых при самореализации личности.

Анализ научной литературы показал, что некоторые исследователи не разделяют понятия компетентность и компетенция, считают их синонимами, на наш взгляд, очевидно, что данные понятия представляют собой самостоятельные лингвистические единицы, поскольку имеют разные дефиниции: компетентность – необходимый набор знаний и умений для функционирования в определенной области; компетенция – определенная область реализации определенных знаний и умений.

В словаре Ожегова компетентность определяется как знание, осведомление, авторитет в какой-либо области. Нами исследуется область медиаобразования и изучается «медиа» компетентность, которая рассматривается как цель, а следовательно, и результат медиаобразования. Изучим сущность компетентности через призму медиаобразования.

Для достойного существования и продуктивной работы личности в современном информационном обществе, безусловно, нужно быть медиакомпетентным. На сегодняшний день медиакомпетентность является частью профессиональной субкультуры специалистов всех отраслей и непосредственно связана с успехом человека в быстро меняющемся мире. В соответствии с чем, в нашем исследовании, медиакомпетентность рассматривается как ключевая компетентность высшего образования, необходимая составляющая профессионализма специалистов в области переводоведения, чья профессиональная деятельность базируется на англоязычной коммуникации и работе с информацией. Медиакомпетентность является одной из наиболее значимых, поскольку базируется на информации, которая создает материальную основу жизни индивида, формирует социокультурный аспект деятельности человека, выступает од-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ним из способов реализации межличностных отношений. Медиакомпетентность предполагает умения работы с информацией: поиск, сбор, оценки, критический анализ, переработка, а также способность создавать, получать и передавать сообщения с помощью мультимедийных средств. Потребность развития вышеуказанных умений определяет необходимость поиска современных форм, методов и средств обучения, использования мультимедийных технологий в образовании.

Изучение ряда педагогических исследований показало широкое использование наряду с понятием «медиакомпетентность» терминов «медиаграмотность», «медиаобразованность», «медиакультура». Безусловно, перечисленные понятия по своему значению близки друг другу, поскольку все определяют развитие и компетентность личности в сфере медиаобразования, рассматриваются как результат медиаобразования, но в то же время не являются абсолютно тождественными, так как изначально имеют различные дефиниции, следовательно, представляют собой понятийные или идеографические синонимы. Доктор педагогических наук, профессор А.В. Федоров отмечает «широкий разброс терминов» в анализируемой области и считает, что «термин медиакомпетентность более точно определяет суть имеющихся у индивида умений использовать, критически анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах, анализировать сложные процессы функционирования медиа в социуме» [7, С.75].

А.В. Федоров и А.А. Новикова в своей совместной работе понимают медиакомпетентность личности как совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей, способствующих использованию, критическому анализу, оценке и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме [8, С.49]. Авторы делают акцент на активную позицию медиакомпетентной личности, способной анализировать, синтезировать и давать собственную оценку полученной информации, обладающей критическим и творческим мышлением; не считают студента, пассивно воспринимающего информацию, имеющего потребительское отношение к медиа и стереотипное мышление, медиакомпетентной личностью, с чем нельзя не согласиться.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

А.В. Шариков выделяет медиакommunikативную компетентность и определяет ее как компетентность в восприятии, создании и передаче сообщений посредством технических и семиотических систем с учетом их ограничений, которая основана на критическом мышлении, а также на способности к медиатизированному диалогу с другими людьми [10]. Данный исследователь указывает на необходимость изучения проблем формирования аудиовизуальной грамотности и критического мышления учащихся, как неотъемлемой части медиакommunikативных способностей, делает акцент на процесс восприятия, составляющими которого являются анализ и понимание. Автор выделяет объектами медиакommunikативной компетентности медиа, сообщение, семиотические системы, ограничения и считает, что в медиаобразовательных курсах необходимо уделять гораздо больше внимания семиотическим вопросам и включать туда все три основных раздела классической семиотики такие как прагматика, семантика, синтаксис. Напомним, что семиотика, (греч. *Sēmiōtikē*), наука о знаках и знаковых системах. (Толковый словарь иностранных слов Л.П. Крысина). Объект ограничения А.В. Шариков трактует как изучение ограничений информационных средств, семиосистем и сообщений в самых разнообразных аспектах – технических, семиотических, психологических, социологических, социокультурных и др. Автор в данном определении указывает на способности к медиатизированному диалогу с другими людьми, под которым понимает диалог, опосредованный медиа и подчеркивает, что такой диалог не может сводиться к механической сумме «прием/передача» сообщений. Ценной для нашего исследования, посвященного формированию медиакompетентности вторичной языковой личности, является идея о медиатизированном диалоге с другими людьми. Эта идея послужит отправной точкой, и будет развиваться в нашем исследовании в контексте иноязычного медиатизированного общения. Поскольку общение сложный и весьма многогранный процесс и может выступать в одно и то же время и как процесс взаимодействия людей, и как информационный процесс на численно большие, рассредоточенные аудитории, т.е. через современные СМК. Следовательно, при обучении иноязычному общению будущие лингвисты-переводчики могут

## Медиаобразование: от теории – к практике

овладеть не только и не столько межличностным общением, но и опосредованным медиатизированным, что особенно актуально в условиях усиления коммуникативной инфраструктуры.

Мы, опираясь на предложенные определения, понимаем медиакомпетентность как характеристику личности, отражающуюся в единстве медиаобразовательного сознания, чувства и поведения индивида, через его медиа знания, медиа отношения и медиа умения. Медиакомпетентность как основная категория и конечный результат медиаобразования является средством познания окружающего мира, инструментом получения знаний, способом самовыражения, реализации творческого потенциала. Только медиакомпетентная личность, понимающая принципы функционирования СМК и умеющая работать с информацией, может социализироваться в современном информационном обществе и стать успешным специалистом в профессиональной области, особенно если речь идет о лингвистах-переводчиках. Очевидно, что студент – будущий лингвист-переводчик – должен обладать высоким уровнем медиакомпетентности, который проявляется через его сознание, чувства и поведение, в его знаниях, отношениях и умениях как для успешного обучения, так и для дальнейшей профессиональной деятельности в процессе иноязычного медиатизированного общения. Таковы некоторые выводы, вытекающие из анализа понятия «компетентность» и «компетенция».

### **Литература:**

1. Баранников, А.В. Содержание общего образования: Компетентностный подход [Текст]/ А.В. Баранников. – М.; ГУ ВШЭ, 2002.
2. Болотов, В.А. "Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе" [Текст]/ В.А. Болотов, В.В. Сериков. //Педагогика, – 2003. – № 10.
3. Зимняя, И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования [Текст]/ И.А. Зимняя // Высшее образование сегодня, – 2003. – №5.
4. Иванова, Т.В. Компетентностный подход к разработке стандартов для 11–летней школы: анализ, проблемы, выводы [Текст]/ Т.В. Иванова//Стандарты и мониторинг в образовании. – 2004.–№1.

## Медиаобразование: от теории – к практике

5. Кузьминов, Я. И. Российское образование – 2020: модель образования для инновационной экономики [Текст] / Я. И. Кузьминов, И. Д. Фрумин и др. // Вопросы образования. – 2008. – №1.
6. Равен, Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация [Текст]/ Дж. Равен.– М.,2002.
7. Федоров, А.В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям [Текст]/ А.В.Федоров //Инновации в образовании. – 2007 – № 10.
8. Федоров, А.В. Интерактивное развитие медиакомпетентности в Web Quest и деловой интернет игре [Текст]/ А.В.Федоров, А.А.Новикова; Медиаобразование. – 2006. – №4
9. Хуторской, А.В. Практикум по дидактике и современным методикам обучения [Текст]/ А.В. Хуторский. – СПб.: Питер, 2004.
10. Шариков, А.В. Цели медиаобразования: мнения экспертов [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.medialiteracy.boom.ru>, свободный.

## Глава III. Медиаобразование и современные СМИ

**В. В. Глебов**

*Российский университет дружбы народов*

### **Влияние СМИ на насилие и скрытую агрессию человека**

*Исследование поддерживается  
Инновационной образовательной программой*

Одной из наиболее значимых причин увеличения уровня скрытой агрессии в обществе, особенно среди детей и подростков, принято считать влияние средств массовой информации, наполненных агрессивными эпизодами, зачастую чрезвычайно жестокого характера. Это можно сказать о телепередачах, домашнем видео, кинопродукции, комиксах и компьютерных играх. К сожалению, тема агрессии не получила должного освещения в российской науке вследствие закрытости темы. В тоже время для лучшего понимания проблем становления постсоветского общества, актуальных проблем взаимодействия СМИ и молодежной аудитории есть необходимость в масштабных исследованиях, которые регулярно проводятся в развитых странах мира.

Следует отметить, что нет простой однофакторной взаимосвязи между медианасилием и агрессией, и что насилие как в обществе, так и насилие в СМИ детерминировано множественными переменными. В научных дискуссиях признается факт, что медианасилие – лишь один из многих потенциальных факторов скрытой агрессии.

Рассмотрим в рамках системного подхода влияние СМИ на человека, затрагивая такие факторы как временной фактор (краткое и долгосрочное воздействие), распространенность и объемы потребления медианасилия.

#### **Краткосрочное воздействие медианасилия на человека**

Было отмечено, что воздействие на человека сцен насилия, демонстрируемых в СМИ, происходит в виде:

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

- прямого копирования демонстрируемого агрессивного поведения;
- повышенной вероятности скрытых агрессивных реакций, принимающих какую-то другую форму.

В криминальных сводках довольно регулярно фигурируют данные об умышленных и случайных убийствах, совершенных детьми, вследствие копирования сцен насилия, наблюдавших-ся ими на экране. К тому же очень часто дети не могут реально оценить возможный урон от копируемых ими действий, так как на экране они – эти последствия – далеки от действительности. Взрослые люди так же склонны к копированию конкретных умышленных поступков, например, угоны самолетов [8].

Гораздо больше данных имеется относительно воздействия агрессии в СМИ на скрытое агрессивное поведение. В таких исследованиях изучались внутриличностные связи между наблюдением скрытой агрессии в средствах массовой информации и различными формами последующего скрытого агрессивного поведения.

Долгосрочное влияние изображения насилия в массмедиа на человека.

Высокий уровень скрытого агрессивного содержания многих передач, особенно в детских, а так же значительное количество времени, проводимого юной аудиторией у телевизора делает актуальным вопрос о исследовании возможного совокупного воздействия воспринимаемой медиа-агрессии.

Интересные исследования были проведены Эроном и его коллегами (Eron, et. all) в 1960 г. в Колумбийском округе штата Нью-Йорк, где обследовались ученики начальной школы, которым в то время было по 8 лет. Были собраны данные относительного уровня скрытой агрессивности каждого ребенка (по самоотчетам и оценкам сверстников) и предпочтений телепрограмм с изображением насилия, затем те же самые замеры производились спустя 10 лет и спустя 22 года, причем эта информация дополнялась новыми показателями скрытой агрессии, например совершением правонарушений, обвинениями в уголовных преступлениях [6].

Мальчики в возрасте 8 лет, которые проявляли интерес к программам, содержащих сцены насилия, спустя 10 лет, а также

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

спустя 22 года демонстрировали повышенный уровень агрессивности. Эта связь фиксируется не всегда. Так, в 18-летнем возрасте связи между предпочтением указанных телепрограмм и уровнем скрытой агрессивности найдено не было. Однако, те юноши, которые в возрасте 8 лет предпочитали телепрограммы со сценами насилия, к 18-летнему возрасту были агрессивнее других, даже, несмотря на то, что они уже не проявляли подобных предпочтений. Еще больше впечатляет следующий вывод: предпочтение мальчиками телепрограмм со сценами насилия определяет тяжесть совершаемых в 30-летнем возрасте преступлений [9].

Полученные данные касались в основном мальчиков, так как не было обнаружено связи между интересом к передачам со сценами насилия и агрессией у девочек – ни параллельной во времени (в возрасте 8 лет), ни проявляющейся позднее (в 18 и 30-летнем возрасте).

В другом лонгитюдном исследовании Эрона и Хьюсманна (Eron & Huesman, 1986), проведенном в пяти странах: Австралии, Финляндии, Израиле, Польше и США, исследовались предпочтения телепрограмм с элементами скрытой агрессии и уровнем скрытой агрессии у детей. В исследовании приняли участие учащиеся начальных классов, где уровень скрытой агрессии определялся с помощью самоотчетов и оценок сверстников три раза с интервалом в 1 год. Телевизионные передачи были проранжированы по уровню скрытой агрессивности их содержания и предлагались детям для выбора самых любимых. Было получено, во-первых, что предпочтение мальчиками телевизионного насилия при первых двух тестированиях оказалось в значительной степени связано с повышенным уровнем скрытого агрессивного поведения при третьем обследовании (кроме Австралии) [7].

Гендерных различий в воздействии на детей изображения насилия по телевидению в трех странах (Израиле, Польше и США) получено не было. В ходе исследования было выяснено, что более сильная связь оказалась между просмотром в раннем возрасте телевизионных программ со сценами насилия и последующим проявлением скрытой агрессии, чем между ранними проявлениями скрытой агрессии и предпочтением про-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

грамм, содержащих насилие. В дальнейшем было проведено два исследования – в Соединенных Штатах и Южной Африке, в которых у мальчиков и девочек также были обнаружены сходные результаты [3,8].

Распространенность и объемы потребления медианасилия.

В 1994 и 1995 г. в Соединенных Штатах было проведено «Национальное исследование телевизионного насилия» (National Television Violence Study, 1997), которое показало, что 57% программ (для анализа было отобрано 23 канала) содержали эпизоды насилия. В Соединенном Королевстве уровень насилия на экране составил 37%, анализировались 4 наземных (28%) и 4 спутниковых (52%) канала (Gunter & Harrison, 1998). Схожие данные были получены и при анализе немецких телепрограмм [4,5].

Систематические исследования зрительского поведения показывают, что и взрослые, и дети проводят перед экраном телевизора и за другими массмедиа значительное количество времени. Смит и Доннерстайн (Smith & Donnerstein, 1998) приводят данные о том, что взрослые старше 18 лет проводят перед телевизором около 32 часов в неделю. Подростки 12–17 лет смотрят телевизор приблизительно 20 часов в неделю, а дети от 2 до 11 лет проводят перед телеэкраном в среднем 22 часа в неделю [6].

По сообщениям исследователей данной проблемы в России, за час эфирного времени в прайм-тайм на экране происходит от трех до пяти актов насилия, однако при демонстрации детских программ, включая мультфильмы, это число возрастает до 20–25. Наиболее ярко агрессия, связанная с просмотром телепрограмм, проявляется у мальчиков в юношеском возрасте, а у девочек – в начальный период зрелости. Самым типичным проявлением насилия у мальчиков оказались драки, а у молодых женщин – кражи и угрозы нанесения телесных повреждений [1].

Для объяснения взаимосвязи медианасилия и скрытой агрессии в научной литературе даются несколько пересекающихся подходов к механизмам такого воздействия [10].

1. Усиление возбуждения вследствие наблюдения сцен насилия в средствах массовой информации. Данный подход укладывается в рамки «модели переноса возбуждения» Зилманна, согласно которой изначальное возбуждение, вызванное наблюдением сцен насилия в массмедиа, но уже не приписываемое

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

его подлинному источнику, накладывается на раздражение, вызванное подстрекательством и будет вызывать агрессивную реакцию. Таким образом, агрессивная реакция на провоцирующее воздействие усиливается. При таком подходе подразумевается возможность отложенного влияния, вызванного возбуждением, проявляющегося в провоцирующей ситуации.

2. Активизация (прайминг). Представители следующего подхода объясняют эффект влияния агрессивных сцен в массмедиа на скрытое агрессивное поведение через механизм прайминга, то есть процесса активизации чувств, образов и даже побуждений к скрытым агрессивным действиям эмоционально насыщенными мыслями. Акт скрытой агрессии на экране направляет внимание субъекта на соответствующие агрессивно окрашенные образы, что повышает доступность этих идей сознанию. Подобная связь была обнаружена, когда после просмотра видеоматериала со сценами насилия у испытуемых появлялись мысли более скрытой агрессивной направленности, чем у тех, кто смотрел нейтральный фильм. Такие испытуемые также быстрее угадывали литературные строчки, составляющие текст с агрессивным значением, чем субъекты, просмотревшие видеоматериал без сцен насилия [11].

Бойленд и Андерсон (Boyland, Anderson, 1997) показали, что эффект прайминга вызываемый изображением насилия в средствах массовой информации, распространяется и на эмоциональные состояния. Так, субъекты, даже те, которые в повседневной жизни не были склонны выказывать враждебные чувства (отличались низким уровнем присущей враждебности), после просмотра отрывков из фильма со сценами насилия, демонстрировали более высокий уровень враждебности, чем те, кто наблюдал нейтральные эпизоды. Они объясняют это тем, что в отличие от агрессивных индивидов, у которых враждебные и недружелюбные чувства всегда на поверхности, краткосрочное введение скрытого агрессивного «посыла» не оказывает на них дополнительного воздействия, в то время как людям, которые обычно не враждебны, для активации скрытых агрессивно окрашенных аффективных состояний такой стимул требуется [3].

Однако Хогбен (Hogben, 1998) обратил внимание и на обратный процесс, когда активизация скрытых агрессивных мыслей

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

приводит к пристрастию к сценам насилия. В своем исследовании он попытался активизировать скрытые агрессивные идеи у испытуемых, предлагая одной группе сочинить короткий рассказ с использованием слов с агрессивным значением из предложенного списка, а другой с нейтральным значением. После этого испытуемые выбирали наиболее привлекательные видеозаписи, из представленных эпизодов с неодинаковым уровнем скрытого агрессивного содержания. Испытуемые, которых просили написать рассказ на основе слов с агрессивным значением, выражали более сильное предпочтение эпизодам, содержащим насилие, чем субъекты, составлявшие свою историю из нейтральных слов. Полученные результаты демонстрируют наличие двоякой связи, когда изображение насилия в массмедиа повышает уровень скрытой агрессии, и агрессивные идеи способствуют пристрастию к сценам насилия [8].

3. Освоение новых типов агрессивных реакций. Наблюдение сцен скрытого агрессивного характера, согласно теории социального научения, может стимулировать освоение новых типов поведения «по образцу». Поскольку очень часто зрители, особенно дети, склонны отождествлять себя с привлекательными персонажами, совершающими акты агрессии, которая вознаграждается или, по крайней мере, никак не наказывается, то изображаемое поведение включается в поведенческий репертуар. Так, подростки могут совершать скрытые агрессивные действия, скопированные из виденных сцен [14].

Были получены данные, что наблюдение скрытого агрессивного поведения может привести к освоению такого типа поведения, даже если оно не было ничем подкреплено, в то время как подкрепление действий «модели» может привести к тому, что оно может фактически осуществиться самопроизвольным образом [12].

4. Ослабление запретов на скрытую агрессию. Изображение в средствах массовой информации агрессии как обыкновенной распространенной черты социальных взаимодействий может ослабить имеющиеся у зрителей запреты на скрытую агрессию. Лишь в некоторых случаях показывается, что акты насилия вызывают болевые ощущения у жертвы и причиняют ей вред, что подрывает восприятие насилия как асоциального и пагуб-

## Медиаобразование: от теории – к практике

ного деяния. Так, в результате нескольких исследований было обнаружено, что склонность к изнасилованию (т. е. самооценка мужчиной такой возможности) при условии, что он не был бы схвачен и наказан, повышается после просмотра порнографии насильственного характера по сравнению с контрольным состоянием [12].

5. Снижение чувствительности к страданию жертв. Постоянная демонстрация насилия в СМИ формирует у зрителя привыкание, происходит спад физиологического возбуждения и как следствие эмоциональное притупление восприятия страданий жертвы. Этот факт был подтвержден в нескольких исследованиях [11]. Дети после просмотра сцен насилия по телевидению стали менее восприимчивы к страданиям жертв насилия [13]. Исследования воздействия порнографии на сексуальную агрессию показывают, что после просмотра порнографического материала с элементами насилия испытуемые оценивают представляемый им сценарий изнасилования как существенно менее жестокий и выражают более терпимое отношение к сексуальному насилию, нежели испытуемые, которым порнографический материал предварительно не демонстрировался. Снижение чувствительности к жертвам изнасилования наблюдается не только у мужчин, но и у женщин [13].

Таким образом, из представленного обзора видно, что тема агрессии имеет комплексный характер, где в динамике повышения уровня агрессии у человека СМИ играют значимую роль.

### **Литература**

1. Корнилова Е.Е. Телевидение как источник агрессии. – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: [http://www.kafedra-smk.rostov.ru/ar\\_7522256/cs\\_t\\_page](http://www.kafedra-smk.rostov.ru/ar_7522256/cs_t_page)
2. Тарасов К.А. От насилия в кино к насилию "как в кино?" (на материалах западных исследований) // Социол. исслед. – 1996. – № 2. – С. 37.
3. Boyland, J. T. & Anderson, J. R. Comprehension and production as avenues of syntactic priming. In Proceedings of the 19th Annual Conference of the Cognitive Science Society, Mahwah, – NJ: Erlbaum., 1997. – p. 871.
4. Coie, J. D., Dodge, K. A., & Christopoulos, C. Types of aggressive relationships in boys' playgroups. Paper presented at the biennial

## Медиаобразование: от теории – к практике

meeting of the Society for Research in Child Development. – Kansas City, 1989.

5. Colwell, M. J., Pettit, G. S., Meece, D., Bates, J. E., Dodge, K. A. Cumulative Risk and Continuity in Non-parental Care from Infancy to Early Adolescence. *Merrill-Palmer Quarterly*. – 2001 – Vol. 47 – No. 2 – pp. 207–234.

6. Eron, L. D., Huesmann, L. R., Lefkowitz, M. M., & Walder, L. D. (1972). Does television violence cause aggression? // *AMERICAN PSYCHOLOGIST* – 1972 – № 27 – p. 253–63.

7. Eron, L. D. & Huesmann, L. R. The role of television in the development of prosocial and antisocial behavior. In D. Olweus, J. Block, & M. Radke-Yarrow (eds.), *THE DEVELOPMENT OF ANTISOCIAL AND PROSOCIAL BEHAVIOR: RESEARCH, THEORIES, AND ISSUES*. – New York: Academic, 1986.

8. Hogben M. Factors moderating the effect of televised aggression on viewer behavior. // *Communication Research* – 1998 – №25 – p. 220–247.

9. Huesmann, L. R. Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer. // *JOURNAL OF SOCIAL ISSUES* – 1986 – № 42 – p. 125–139.

10. Jonas, K. Modelling & Suicide. // *British Journal of Social Psychology*, – 1992 – № 37(4) – p. 295–306.

11. Paik H. & Comstock G. The effects of television violence on anti-social behavior. // *Communication Research*, – 1994 – №21 – p. 516–546.

12. Potter W. J. On media violence. Thousand Oaks, – CA: Sage, 1999.

13. Smith S. L. & Donnerstein E. Harmful effects of exposure to me-dia violence: Learning of aggression, emotional desensitization, and fear. In R. G. Geen & E. Donnerstein (Eds.) // *Human aggression: Theo-ries, research and implications for social policy*. – San Die-go, CA: Academic Press, 1998. – p. 168–202

14. Singer, J. L., & Singer, D. G. Television, imagination and a-gression: a study of preschoolers. – Hillsdale, NJ: Erlbaum. Televiolence, 1981.

**И.В. Жилавская**

*Томский институт информационных технологий*

### **Основы исследования СМИ как медиаобразовательной системы**

Приступая к анализу медиаобразовательной деятельности средств массовой информации как системы, остановимся на критериях системного. В науке известны более сорока определений системы. Мы в качестве исходного будем использовать классическое определение австрийского философа Л.Берталанфи: «система может быть определена как комплекс взаимодействующих элементов»[1]. Из этого определения в соответствии с утвердившимися представлениями вытекает, что необходимыми признаками системного являются наличие элементов числом не менее двух, их взаимодействие и связь между ними.

Медиаобразовательная деятельность СМИ, представляющая собой интерактивную модель медиаобразования, предполагает наличие как минимум двух сторон коммуникации – самодеятельного автора и журналиста в качестве тренера, медиапедагога. Причем в отсутствии коммуникации, взаимодействия между ними, плодотворная медиаобразовательная деятельность не может быть реализована. Эта теоретическая константа подтверждается на практике малоэффективными попытками СМИ воздействовать на молодежную аудиторию с помощью образовательных телевизионных программ. Запрограммированный эвристический познавательный результат получают главным образом участники этих программ. Зрители же по другую сторону экрана остаются безучастными статистами. Не более эффективны и просветительские проекты печатных СМИ, не имеющие четко очерченной целевой аудитории и обратной связи с ней.

Говоря об элементах медиаобразовательной деятельности как системы, мы понимаем, что составные части системы сами могут иметь сложную структуру, будучи ее подсистемами. С этой точки зрения представляется более удобным говорить о компонентах системы, которые включают в себя взаимосвязанные между собой элементарные составляющие.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Сложной подсистемой в качестве компонента медиаобразовательной деятельности СМИ выступает медиасообщество, принимающее на себя роль медиапедагогов. Это журналисты, операторы, режиссеры, другие специалисты, которые в рамках своей профессиональной работы занимаются с молодежью подготовкой медиатекстов, создают готовые медиапродукты, проводят тренинги и мастер-классы. Это руководители СМИ и менеджеры, организующие вместе с молодежной аудиторией различные мероприятия.

Не менее сложной подсистемой выступает сама молодежная аудитория, имеющая разнообразные параметры и характеристики. Причем для ее классификации сегодня уже недостаточно традиционного деления по признакам пола, возраста, образовательного уровня. Современная молодежная аудитория представляет собой многослойную и многосоставную структуру, требующую новых подходов в оценке уровня ее медиакомпетентности.

Существуют и другие компоненты системы медиаобразовательной деятельности СМИ, такие как редакционная и информационно-содержательная подсистемы, которые в своей совокупности, взаимосвязанности придают системе качественную определенность. Это третий критерий системного, когда отношения между компонентами порождают некое качество, по которому данную совокупность отличают от окружающей среды. Качество это называют интегративным или системным.

Для системы медиаобразовательной деятельности СМИ таким интегративным качеством является интерактивность. Этим качеством отмечены все составляющие системы: аудитория, редакционная структура, журналистское сообщество. Их совокупность, взаимное обогащение, многосторонний учет интересов и потребностей формируют новую интерактивную медиасреду, в которой каждый элемент медиасистемы приобретает качества других элементов. Медиаобразовательная деятельность СМИ реализуется только в результате взаимобмена информацией, практическим опытом, эмоциями. Целостность медиаобразовательной системы можно рассматривать как меру такого ее интегративного качества как интерактивность.

Для того чтобы понять, как функционирует любая система, необходимо определиться с ее свойствами. Существуют ста-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

тические, динамические и синтетические свойства систем. Для медиаобразовательной деятельности СМИ мы остановимся лишь на некоторых, наиболее значимых.

К статическим свойствам систем относятся:

- целостность;
- открытость;
- внутренняя неоднородность системы;
- структурированность.

Все эти свойства в полной мере присущи системе медиаобразовательной деятельности СМИ.

Целостность системы обусловлена ее внешней различимостью в окружающей среде. Взаимодействие аудитории и редакционных коллективов СМИ выступает как нечто единое, целое, отличающееся от всего остального. При этом данная медиаобразовательная система не изолирована от окружающей среды, а напротив, максимально открыта всеми каналами коммуникации. Причем связи системы со средой имеют взаимно направленный характер: с одной стороны, среда влияет на медиаобразовательную систему СМИ, делая ее более социально адаптированной, с другой, сама система воздействует на среду и меняет тип отношений, принципиальные установки в обществе.

Таким образом, система медиаобразовательной деятельности СМИ включает в себя следующие компоненты:

- аудитория СМИ;
- медиасообщество;
- подсистема редакционных процессов;
- информационно-содержательная подсистема;
- окружающая среда.

Внутренняя неоднородность системы медиаобразовательной деятельности СМИ предполагает в зависимости от целеполагания различный состав компонентов, то есть структуру.

Если же медиаобразование в редакционной работе рассматривается как часть бизнес-процессов, то наша система будет состоять из медиаменеджеров, рекламных менеджеров, юристов, экономистов, и критериями эффективности этой модели будут количество привлеченных читателей, охват аудитории, объемы финансирования медиамероприятий, размеры полученной прибыли.

## Медиаобразование: от теории – к практике

В том случае, когда медиаобразовательная деятельность СМИ рассматривается исключительно как гражданский институт, как способ повышения медиакомпетентности аудитории, состав модели данной системы будет представлен профессиональными журналистами, творческими работниками, редакторами и режиссерами, и успех медиаобразовательной деятельности будет измеряться наличием материалов молодых журналистов, уровнем раскрытия темы, решением социальных проблем, гражданской активностью аудитории.

Любые изменения в системе характеризуются динамическими свойствами. К ним относятся:

- функциональность;
- стимулируемость;
- изменчивость системы со временем;
- существование в меняющейся среде.

Функции системы – это ее роль, поведение во внешней среде. Из множественности ролей, моделей поведения следует множественность функций. Медиаобразовательная деятельность СМИ как система может выступать в роли воспитателя молодежи, просветителя, партнера или манипулятора. В разные периоды времени в зависимости от различных факторов экономического, политического, идеологического характера под воздействием социальных стимулов эта система может либо ослабевать, либо активизироваться.

В системе медиаобразовательной деятельности СМИ, как и в любой другой системе, происходят изменения, которые надо учитывать, способствовать или противодействовать им, предусматривать и закладывать в проект будущей системы. От визуальной грамотности к медиакультуре и медиаактивности – таков исторический путь современного медиаобразования. Трансформации, происходящие в обществе, влекут за собой существенные изменения в оценках роли и места медиаобразования во внешней среде, моделях и принципах. Сегодня этот вид медийного образования приобретает совершенно иное качество, широко охватывая все сферы коммуникаций.

В этом смысле мы переходим к синтетическим свойствам системы медиаобразовательной деятельности СМИ, которые являются обобщающими, собирательными, интегральными.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Одним из важнейших синтетических свойств системы является эмерджентность (от англ. «возникать»). «Объединение частей в систему порождает у системы качественно новые свойства, не сводящиеся к свойствам частей, присущие только самой системе и существующие только пока система составляет одно целое» [2, С. 37]. Средства массовой информации, объединенные с аудиторией в системе медиаобразовательной деятельности, приобретают качества нового социального института, своеобразного общественно активного центра медиаобразования и гражданского просвещения, где формируется личность, адекватная вызовам времени. Это не общеобразовательная школа, не факультет журналистики, не кружок по интересам или клуб, и в то же время это не сама журналистика и не редакция СМИ в традиционном понимании этого слова. Журналисты отчасти становятся медиапедагогами, аудитория получает знания и навыки профессиональных журналистов. У нового образования появляется новое качество – качество своеобразной школы гражданских коммуникаций.

Эмерджентность демонстрирует еще одну грань целостности. Система выступает как единое целое потому, что она является носителем эмерджентного свойства: не будет она целой, и свойство исчезнет, проявляется это свойство, значит система цела.

При этом и родовые характеристики частей медиаобразовательной деятельности СМИ проявляются только в их взаимодействии. Журналисты, изолированные от аудитории, утрачивают свои важнейшие функции просвещения, воспитания, образования, также как аудитория вне системы СМИ перестает быть аудиторией.

Факт открытости систем еще не означает, что все они в одинаковой степени хорошо согласованы с окружающей средой. Чем лучше система согласована, приспособлена к окружающей среде, совместима с ней, тем выше ее ингерентность (от англ. Inherent – являющийся неотъемлемой частью чего-либо).

Проблема ингерентности важна во всех случаях системной деятельности. К примеру, продукт, предлагаемый медиаиндустрией, должен соответствовать потребностям целевой аудитории. Рассогласованность интересов, снижение уровня ингерентности ведут к разрушению системы.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

От уровня ингерентности зависят степень и качество осуществления функций системы медиаобразовательной деятельности СМИ. «В естественных системах ингерентность повышается путем естественного отбора. В искусственных системах она должна быть особой заботой конструктора»[2, С. 40]. Таким конструктором в медиаобразовательной деятельности СМИ могут выступать общество или государство. В каждом из этих случаев на разных этапах исторического развития цели медиаобразовательной деятельности могут быть разными. И здесь мы обращаемся к последнему важнейшему свойству системы – целесообразности.

Одно из определений системы гласит: система есть средство достижения цели. В зависимости от цели будут меняться состав, структура системы, все другие ее свойства. Если целью медиаобразования становится формирование и развитие общества свободных думающих граждан, то структура системы будет включать в себя весь спектр демократических социальных активов, а эмерджентное интегративное свойство проявится как интерактив, общественный договор. Однако медиаобразование может оказаться на службе у других целей, в частности, создания человека послушного, управляемого, ограниченного стереотипами. В этом случае медиаобразовательные технологии превращаются в технологии влияния, воздействия, манипулирования.

Исходя из поставленных целей «конструктор» выбирает оптимальные стратегии для достижения своих целей. В системе медиаобразовательной деятельности СМИ существуют следующие типы коммуникативных стратегий – презентация, манипуляция и конвенция. Они отличаются друг от друга по уровню открытости, способу производимой коммуникации и результату. Установлено, что презентационный тип является пассивной коммуникацией, манипулятивный тип – активной, конвенциональный представляет собой диалоговую, интерактивную коммуникацию.

Наличие манипулятивного типа стратегий исключать нельзя, поскольку сегодня медиапространство находится в сфере влияния различных структур со своими задачами и интересами. В российской действительности мы обнаруживаем массовые проявления ангажированной, политизированной, манипулятивной журналистики. К эрозии, разрушению демократических принципов ведет использование СМИ как политического ору-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

зия в осуществлении узких корпоративных интересов, как инструмента влияния в ущерб независимости и свободе слова.

Следует подчеркнуть, что в подлинном смысле медиаобразование может развиваться только в демократическом государстве, там, где налажен контроль общества за происходящими политическими процессами, средствами массовой информации, где развиты гражданские институты. При этом эффективными стратегиями развития медиаобразования общества могут быть только стратегии диалоговых коммуникаций, взаимодействия и взаимовлияния аудитории и СМИ.

Не останавливаясь подробно на функциях СМИ и их трансформациях в постмодернистскую эпоху, отметим особую, нарождающуюся сегодня медиаобразовательную функцию средств массовой информации. Она рождается из потребности медиасообщества говорить на одном языке с аудиторией, взаимодействовать с ней, максимально расширять ее, возвращать и возвращать. Эта роль СМИ в коммуникативном редакционном процессе, способствующая повышению медиакомпетентности массовой аудитории, развитию ее способности адекватно воспринимать содержащуюся в СМИ информацию, содействующая широкому вовлечению представителей различных социальных групп в создание собственных общественно значимых информационных продуктов, повышению медиаактивности населения, совершенствованию характера взаимодействия СМИ с социумом. Она отражает процессы конвергенции, сближения и взаимопроникновения аудитории и журналистики, когда роли одних начинают выполнять другие.

К перечню функций СМИ следует добавить социально-организующую функцию, являющуюся разновидностью управленческой деятельности и выражающуюся в мобилизации аудитории на определенные действия. В связи с переосмыслением роли СМИ в обществе их социально-организующая функция сегодня становится все более актуальной. Она в определенной мере отражает сущность медиаобразовательной деятельности средств массовой информации.

Итак, обозначим основные функции системы медиаобразовательной деятельности СМИ:

- образовательная;

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

- социально-организующая;
- ценностно-ориентирующая;
- гражданского проектирования;
- коммуникативная;
- функция корпоративного управления.

Образовательная функция системы медиаобразования в СМИ очевидна по определению. Она предполагает обучение аудитории законам медиа, передачу знаний, навыков, умений работать с информацией, способностей анализировать, интерпретировать медиатексты, а также создавать собственные информационные продукты. Эта функция реализуется через организаторскую деятельность конкретных представителей редакционных коллективов (корреспондентов, обозревателей, других творческих работников, редакторов, рекламных менеджеров, PR-специалистов). Социально-организующая функция системы медиаобразовательной деятельности СМИ направлена на социализацию личности молодого человека, его профессиональное самоопределение, профориентацию. Взаимодействие со специалистами в режиме реального места и реального времени позволяет ему найти ответы на многие вопросы относительно выбора профессии, построения собственной карьеры. Реализация этой функции предполагает наличие организационных структур, необходимых для решения поставленных задач. Это пиар-службы, пресс-клубы в составе редакции, креативные группы, творческие студии, лаборатории и др.

Важнейшее значение в медиаобразовательной деятельности СМИ имеет функция ценностно-ориентирующая. Она предполагает разработку медиаобразовательной стратегии, направленной на воспитание нравственной личности, умеющей в широком спектре медиапредложений отличать высокое от низкого, профессионализм и мастерство от пошлости и безвкусицы. В сложные периоды социальных преобразований, пересмотра идеалов и ценностей, изменений в мировоззрении целых поколений она приобретает особое звучание. То, что оказалось утраченным журналистикой в процессе коммерциализации СМИ, может быть пересмотрено и возвращено обществу в системе их медиаобразовательной деятельности.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Функция гражданского проектирования призвана повышать уровень и качество медиапотребления аудитории и развивать ее медиаактивность. Функция гражданского проектирования открывает новые возможности для построения гражданского общества, поскольку наличие или отсутствие медиаактивности населения отражает степень развития гражданских институтов. По отношению к информационной грамотности молодежной аудитории – это качественно новый уровень деятельности в публичной сфере, выход из состояния инфантильной замкнутости, узости интересов, социальной апатии.

Особая функция системы медиаобразовательной деятельности СМИ – функция коммуникативная. Реализация этой функции дает возможность выстраивать эффективные отношения с целевой аудиторией и получать запрограммированный результат. Расширение этой функции как внутри корпорации СМИ, так и во вне, позволяет рассматривать медиаобразовательную деятельность, эту особую редакционную работу, как часть корпоративного менеджмента и предполагает еще одну функцию – корпоративного управления. При этом совершенно логично выстраиваются все компоненты PR-деятельности, такие как определение проблемы, планирование и программирование, конкретный план действий, собственно коммуникации и оценка программы. Важно в этом случае определиться с целеполаганием. Что является проблемой: отток аудитории, низкий уровень ее медиакомпетентности или отсутствие контакта с ней? В зависимости от ответа на этот вопрос будет выстраиваться и медиаобразовательная технология.

Медиаобразовательная деятельность СМИ реализуется через редакционные структуры. Для того чтобы понять систему функционирования СМИ применительно к задачам повышения медиаактивности аудитории, следует взглянуть на редакционные структуры с точки зрения их мотивационной включенности в медиаобразовательную проблематику.

Одним из главенствующих мотивов медиаобразовательной деятельности СМИ является задача возвращения, сохранения и увеличения аудитории. В результате этой особой редакционной работы не только повышается медиаграмотность населения, но и сохраняется приверженность к средству массовой коммуникации, возникает устойчивое лояльное и позитивное

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

отношение к «своему» СМИ. В зависимости от степени участия в этом процессе все редакционные структуры можно разделить на три группы: индифферентные, ситуативные и системные.

Индифферентные – средства массовой информации, созданные под определенный заказ финансово-промышленными группами, коммерческими структурами либо политическими партиями, движениями. Это корпоративные СМИ, цель которых в одностороннем порядке донести определенную информацию до своей целевой аудитории. Как правило, эти информационные послания не предполагают обратной связи. Инициаторам сообщений важно, высказаться самим, обнародовать широкому кругу потребителей свои проекты, позиции, идеи, либо просто напомнить о себе. В эту же категорию СМИ входят бесплатные рекламные, рекламно-информационные газеты, газеты бесплатных объявлений.

Ситуативные – к этой группе относятся средства массовой информации, которые, ощущая нарастающие проблемы с удержанием аудитории, начинают прибегать к новым медиатехнологиям, создают интерактивное пространство с помощью электронных версий своих изданий, теле- и радиопрограмм, ведут традиционную работу с читателем/зрителем/слушателем. Однако делают это хаотически, бессистемно, активизируясь, как правило, во время подписных или иных кампаний.

Системные – это активные участники медиаобразовательного процесса. Руководители этих СМИ хорошо понимают природу современных медиа, тенденции их развития, а потому целенаправленно вовлекают в сферу деятельности своих СМИ молодежную аудиторию, как своеобразный барометр информационного процесса и своего стратегического партнера. Эти редакции поддерживают и сами организуют многочисленные региональные медиапроекты (фестивали, слеты, форумы), участвуют в организации различных конкурсов начинающих журналистов, реализуют инновационные образовательные проекты, направленные на повышение медиаграмотности аудитории, сотрудничают через молодых журналистов с образовательными учреждениями, проводят семинары для медиапедагогов, создают на своей базе подростковые и молодежные газеты, сайты, соответствующие теле- и радиопрограммы. Эти актив-

## **Медиаобразование: от теории – к практике**

---

ные формы взаимодействия с аудиторией делают СМИ более современными, мобильными, интерактивными, и, следовательно, более популярными в молодежной среде.

Исследуя СМИ как медиаобразовательную систему, мы неизбежно приходим к выводу о том, что редакционные медиаобразовательные технологии могут стать эффективным, соответствующим реалиям времени инструментом в работе СМИ с аудиторией.

### **Литература**

1. Берталанфи Л. фон. Общая теория систем: Критический обзор // Исследования по общей теории систем. – М., 1969
2. Тарасенко Ф.П. Прикладной системный анализ (Наука и искусство решения проблем): Учебник. – Томск: Изд-во Том. Ун-та, 2004.

**Ю. Н. Кириленко**

*Томский Государственный Университет*

### **Осмысление возможностей метода иронии как способа преодоления медийной некомпетентности**

Сегодня все чаще современный человек оказывается в ситуации информационного хаоса, когда потоки информации, поступающие из различных источников, определяют то или иное событие с разных точек зрения, зачастую навязывая ту, которая выгодна тем или иным государственным и негосударственным структурам. Информационный Реципиент оказывается в роли пассивного получателя данных. Но медиаобразование позволяет отказаться от привычной модели восприятия медиаинформации, и источник информации является уже не неким носителем знания и непрекаемым авторитетом, а соавтором и собеседником, то есть на первое место при принятии сообщения выходит полная свобода интерпретаций смыслов, заложенных в нем, и самовыражение. Подобные диалогические отношения могут быть установлены за счет повышения медиакомпетентности.

Если до XX века медиакомпетентность считалась атрибутом только специалистов, профессионально занимающихся СМИ, то современный облик СМИ во многом претерпел изменения, и медиасфера отклонилась от первоначальных задач, поставленных перед нею, – максимально быстрая и объективная передача информации. В результате современный потребитель информации оказывается перед основной проблемой – как определить, где информация является объективной, а где нет? Этот вопрос встал особенно остро в последние годы. С одной стороны, выбор источников информации стал поистине огромен. Но с другой стороны, потерялось стремление к объективности и непредвзятости. К нему на смену пришло желание угодить потребителю. Массовое сознание, следующее в своем существовании принципу удовольствия, нуждается в переживаниях, но традиционные установки и способы подачи информации не дают простых и легко достижимых ответов и целей. Следовательно, можно говорить о крайней идеологической наполненности современных СМИ. Это влияет на

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

тексты, создаваемые журналистами сегодня. В них присутствует и одномерность восприятия мира, и подчинение всего содержания одной идее, и неприятие другого взгляда на мир. В чем сложность исследования текстов современных СМИ? Прежде всего, в основной цели данной категории текстов – воздействии на массовое сознание. Соответственно, несмотря на внешнюю простоту и понятность идей, сущность авторской позиции, его идея ускользает от взгляда компетентного исследователя. Во-вторых, медиатексты содержат многочисленные речевые уловки и манипуляции. Они написаны живо и интересно, но, пытаясь их изучить, медианекомпетентный человек сам может оказаться в опасности быть захваченным объектом собственного исследования. Таким образом, сегодня требуется новая методология, способная к адекватному и объективному рассмотрению медиатекстов.

Современное философское знание выдвигает метод иронии, как способ нейтрализации симулякров современного общества. На мой взгляд, ирония, в качестве установки для восприятия медиатекстов, также может помочь повышению медиакомпетентности современного человека. Ирония есть один из методов постижения истины, но выражает эту истину ирония иносказательно, неявно. То есть ирония никогда не утверждает истину открыто, как неоспоримое убеждение, она всегда сомневается не только в своем объекте, но и в себе самой. Вследствие этого ироник сам избегает того догматизма и однозначной трактовки смыслов, которые стремится устранить в современных текстах СМИ. Фридриху Ницше принадлежит следующее высказывание: «Все человеческое заслуживает с точки зрения своего возникновения иронического рассмотрения; поэтому ирония в мире столь избыточна». [2, С. 375]. Причина подобной всеобщности использования иронии кроется в самой человеческой природе, а именно в отсутствии объективности, в невозможности безошибочности человеческого исследования и познания. То есть автор сообщения, вне зависимости предмета, о котором он пишет, и не смотря на стремление к объективности, все равно остается человеком, а, следовательно, обладателем определенных импульсов и стремлений, никоим образом не относящихся фактам. Ирония в этом смысле может взять на себя роль определенного «фильтра», отделяющего идеи от предвзятых суждений.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Но не только субъективные влечения автора сообщения влекут за собой необходимость использования иронии. По утверждению И. Канта, человеческий «разум жадно стремится к всеобщим и необходимым истинам» и к твердой убежденности в них. Эта убежденность в своих суждениях требует подвергнуть их сомнению с помощью иронии, точно также мы подвергаем сомнению истины, утверждаемые авторами. Следовательно, ироническое восприятие медийных текстов должно строиться на двух этапах. Сначала Информационный Реципиент подвергает ироническому анализу само сообщение, а потом собственные убеждения относительно него.

Далее, иронический метод может помочь уравнивать позиции автора и читателя, возобновляя диалог, так как теперь истина есть не нечто заранее predetermined и неизменное, а совместное со-творчество. «Ирония всегда есть реплика на что-то, она противостоит некой точке зрения Другого» [3]. Одновременно с возникновением диалога появляется и возможность для множества мнений и трактовок тех или иных смыслов заложенных в сообщении.

Также ирония способна снизить негативность смысла, заложенного в тексте. «Ирония как психический процесс превращает то, что для меня ужасно, страшно, непереносимо, враждебно, тревожно, в противоположное». То есть ирония привносит в исследование медиатекстов игру, момент несерьезного отношения к тому, что слишком серьезно задевает человека. Таким образом, ирония способна сделать легкими для понимания самые сложные для человека вещи, те, которые он воспринимает наиболее серьезно и близко к сердцу. Это позволяет более объективно взглянуть не только на позицию автора, но и сформировать собственное представление относительно того или иного вопроса, не оказавшись под влиянием авторской позиции. Человек не просто воспринимает смыслы, заложенные в текст, а вписывает их в проблемное поле своего опыта.

Также иронический метод может помочь провести некоторую дистанцию между собой и собственными убеждениями и верованиями. То есть ирония позволяет не только более адекватно воспринимать авторскую позицию, но и помочь пересмотреть, «переописать» собственное понимание, что отвечает стремле-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

нию медиаобразования к научению объективному восприятию информации. Таким образом, ирония многомерна и способствует отстранению от привычных трактовок и понятий.

Но следует помнить, что иронией надо пользоваться с осторожностью, так как у нее тоже есть границы. И если до определенной степени она полезна в силу тех функций, которые мы перечислили выше, то в некоторых ситуациях ирония может перейти в насмешку, что останавливает достаточно много авторов в ее использовании и применении. Прежде всего, она есть проявления определенного неуважения к автору и его позиции. Ведь в первоначальном смысле ирония есть, прежде всего, насмешка и, следовательно, один из коммуникантов автоматически становится выше по своему положению в коммуникации. «Близка к иронической культуре загадка. Загадывающий загадку знает разгадку, поэтому относится к собеседнику как бы свысока и с вызовом «попробуй отгадай!» Если тот не справлялся, становился объектом для прямых или скрытых насмешек» [4, С. 13]. И в результате формируется представление об иронике, как об активном участнике коммуникации, в то время как о его собеседнике – как о пассивном. Сама цель общения становится односторонней и способствует решению задач и удовлетворению потребностей только одного собеседника – ироника. Вследствие этого, существует опасность, что у него сформируется особое представление об объекте своего воздействия. Объект, в этом случае, выступает как нечто овеществленное, с наличием нескольких «мишеней», при воздействии на которые, будет некоторая реакция.

Таким образом, в процессе коммуникации ироник становится обладателем властного статуса, он контролирует объекта, не наделенного властью. Ирония есть не только мета позиция, она есть и позиция превосходства. Ирония это обоюдоострое оружие. Ироник всегда занимает рефлексивную позицию, и относительно себя, и относительно объекта своей иронии. «Ирония есть пафос середины; она является интеллектуальной оговоркой, которая резвится между контрастами и не спешит встать на чью-либо сторону и принять решение: ибо она полна предчувствия, что в больших вопросах, где дело идет о человеке, любое решение может оказаться преждевременным и несостоятель-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ным и что не решение является целью, а гармония, которая поскольку дело идет о вечных противоречиях, быть может лежит где-то в вечности, но которую уже несет в себе шаловливая оговорка по имени «Ирония» [1, С. 184 ]. Следовательно, достаточно здравого смысла и некоторого размышления над собственной позицией и позиция превосходства, а вместе с ней и удовольствия от занимания оной, отходит на второй план.

Не меньшую опасность для ироника представляет и обманчивость иронии, обозначенная еще романтиками. Человек запутывается в скрытых и явных смыслах, и в том противоречии, которое характеризует иронию. «Иронизирующий напоминает тех провокаторов и агентов, которые настолько вошли в свою роль, что уже сами не знают, на кого они работают, на полицию или революционеров: в силу того, что они служат и нашим и вашим, они теряют ориентиры, теряют «систему отсчета» и начинают обманывать всех» [6, С.109]. Описанная выше потеря оказывается потерей изначальной мотивации. Ироник, ставящий перед собой благородные цели постижения истины, творчества и борьбы с догматизмом, запутывается в собственных суждениях и задачах. Способом вырваться из этого превращения в «ничто» является сдерживание иронии, не давть ей возможности превратиться в единственно возможный для ироника модус существования, не онтологизируя ее. В этом случае ирония есть лишь метод, и хотя определенная часть иронического эффекта за счет этого уходит, зато ирония не «остается в одиночестве, во власти своих причуд, опустошенная и разочарованная» [6, С. 114]

Еще одну опасность иронии зафиксировал Освальд Шпенглер в «Закате Европы», в этом произведении он относит иронию к форме нигилизма: «то, что Сократ и немецкие романтики обозначали словом «ирония», тот тонкий редкий цветок диалектики, которая утомилась от самой себя и, изумленно и горько улыбаясь, смотри на дело рук своих – разрушенную картину мира». [5, С. 470]. Ирония не способна создать позитивное знание и с этой точки зрения она есть отрицательность. Она уничтожает устоявшиеся суждения и вечно сомневается относительно собственных убеждений. В результате, ироник хотя и встает на мета позицию, позволяющую ему выработать собственный взгляд на ту или иную проблему, но теряет момент со-участия,

## Медиаобразование: от теории – к практике

который является одним из наиболее важных для философско-религиозного текста, так как без переживания собственного религиозного опыта, познать в полном объеме идеи, выдвигаемые автором невозможно.

Современная жизнь предъявляет новые требования к уровню восприятия СМИ. Ирония как соединение субъективного и объективного начала является одним из наиболее эффективных способов решения проблемы нахождения равновесия между непредвзятостью и собственным пониманием человека. Ирония позволяет воспринимать авторские идеи непредвзято, оставаясь при этом соучаствующим и не отказываясь от личностных убеждений. Одновременно, за счет сомнения в идеях автора, она позволяет усомниться и «переописать» собственные убеждения.

Таким образом, отвечая на основной вопрос, поставленный в данной статье, можно говорить не только о возможности использования иронии в качестве одной из медиаобразовательных методик, но также и о ее крайней эффективности в этом качестве. Хотя не следует забывать об ограничениях, накладываемых спецификой самой иронии.

### **Литература**

1. Манн Т. Собрание сочинений – М.: Государственной издательство художественной литературы, 1960, – т.9,10, – 695с., 689с.
2. Ницше Ф. Человеческое, слишком человеческое/ Собрание сочинений в 2–х т., – М.: Мысль, 1990, – т.1, – 829с.
3. Попкова Н. Н. О специфике иронического мышления. . – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ulsu.ru>
4. Пивоев В. М. Ирония как феномен культуры. – Петрозаводск: Петрозаводский гос. университет, 2000. – 110 с.
5. Шпенглер О. Закат Европы, – Новосибирск: Наука, 1993. – 592с.
6. Янкелевич В. Ирония. Прощение, – М.: Республика, 2004, – 334с.

**Князева Е. И., Киреев П. С.**

*Белорусский государственный университет*

### **Сетевой анализ проблемы консонанса информации в Интернет-СМИ**

В результате стремительного развития информационных и коммуникационных технологий и, особенно, технологий, связанных с использованием глобальной сети Интернет, облик современного общества существенно изменился. Особенно впечатляющим выглядит то влияние, которое сеть Интернет оказывает на медиасреду. Возможности, которые на сегодняшний день глобальная паутина предоставляет рынку СМИ, уникальны. «Наша эпоха и тревожит, и восторгает индустрию и профессионалов СМИ, перед ними открываются такие рынки сбыта, благодаря которым при желании можно полностью преобразить этот сектор» [4]. Анализ изменений в области масс-медиа позволяет говорить о том, что в результате мощного воздействия цифровых технологий работы с информацией и распространения «глобальной паутины» традиционные СМИ (газетные, теле- и радиовещательные) изменяют свою природу настолько, что на свет появляются новые СМИ, функционирующие в глобальной сети.

Основой возникновения и развития новых СМИ стали два процесса – дигитализация (перевод медиа контента в цифровую форму) и конвергенция (интеграция технологий распространения и создания информации). Эти процессы существенно изменили «лицо» традиционных СМИ, представленных в аналоговой форме, затронув такие категории как формы представления медиа продуктов, каналы распространения медиа и формы потребления медиа продуктов. Дигитализация и конвергенция затронули также понятие традиционной журналистской культуры, магистральные изменения в которой зафиксированы в термине «Интернет-журналистика». Под ней понимается журналистика, основанная на работе с новыми информационными технологиями, в частности на презентации журналистских материалов в сети. Современная Интернет-журналистика имеет ряд проблем, характерных для самой сети Интернет и требующих существенной доработки имеющегося законодательства

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

(проблема диффамации, защита авторского права в сети, проблема распространения ненадлежащей рекламы). Другой ряд проблем связан с качеством журналистского материала в сети. К ним относятся проблема отсутствия точности и аналитики в информационных материалах, а также проблема консонанса информации в сети. Под последней проблемой понимается распространение в среде новых СМИ однообразной информации, заимствованной в одном информационном источнике, что ведет к уменьшению плюрализма мнений в содержании информационных сообщений, распространяемых посредством онлайн среды. Актуальность этой проблемы выражается в первую очередь в том, что на сегодняшний момент объем журналистских материалов в сети возрастает, а их разнообразие, увы, нет. В результате, как пишет А. Серго, Интернет разрастается не за счет новой информации, а за счет активного размножения имеющейся, то есть одни и те же материалы многократно растаскиваются по сайтам, что невозможно без нарушения норм авторского права [2].

Такая тенденция прочно закрепилась в литературе под термином «консонанс информации», хотя иногда наряду с понятием «консонанс» употребляется другой термин – «вторичный контент», также подразумевающий, что у некоторых Интернет-СМИ «нет собственных редакций и эксклюзивного контента, они лишь перевирают чужой» [3]. При этом наибольшее распространение такая проблема получила в среде именно новостных Интернет-СМИ – и это неудивительно, поскольку эти медиаструктуры работают с выпуском специфического информационного продукта – новостей, распространение которых подразумевает наличие новостного источника и информационных структур, нередко дублирующих этот источник. Термин «кризис вторичности» применим, прежде всего, к проектам, ориентированным на новостную информацию или имеющих новостную составляющую [1]. При этом стоит отметить, что новостную составляющую на сегодняшний день имеют практически все медийные интернет-проекты.

Важно понимать, что хотя проблема консонанса в Интернет-СМИ в первую очередь серьезно сказывается на качестве и репутации самого издания (с точки зрения потребителя), изменяется восприятие самой сети Интернет как плюралистичного источника информации. Потребитель идентичной информации фактически

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

лишается возможности выбора в самой демократичной медиасреде: в условиях дублирования одних и тех же материалов оказывается бессмысленно делать выбор, опираясь на критерии качества и уникальности. «Следствием этого является жесткая конкуренция на новостной части медийного сектора, при этом факторами победы в конкурентной борьбе становятся не качество, оперативность и т.д., практически идентичные у всех ресурсов, а рекламные возможности издания и прочие, второстепенные с точки зрения пользователя, характеристики» [4].

Важность, которую на сегодняшний день заключает в себе проблема консонанса информации в Интернет-СМИ, определила интерес к ней как к предмету исследования. Объектом исследования были выбраны белорусские общественно-политические новостные СМИ в Интернет. В качестве метода исследования был выбран метод построения и анализа социальной сети, как наиболее адекватный проблеме и объекту исследования: с его помощью можно зафиксировать связи между СМИ, повторяющихся в темах информационных материалов, и источники такого тиражирования.

На первом этапе исследования была сформирована выборка. Для этих целей было целесообразно воспользоваться рейтингом, предоставляемым белорусским электронным ресурсом *akavita.by*. Этот ресурс является своего рода уникальным источником сведений о белорусском сегменте Интернета, предоставляющим данные (в виде рейтингов) о самых посещаемых сайтах байнета по категориям: СМИ, развлекательные, научные и др. ресурсы. Из списка 60 самых посещаемых сайтов новостных СМИ Белоруссии было выбрано 20, обладающих самым высоким рейтингом. Эти 20 электронных СМИ составляют основу выборки, в данном случае теоретической. Генеральная совокупность в силу отсутствия точных данных о структуре этого рынка не определена; в целях исследования интерес представляли те Интернет-издания, которые обладали двумя признаками: высокая посещаемость ресурса и соответствие категории «новостное Интернет-СМИ».

На втором этапе была составлена матрица связей между СМИ, вошедшими в выборку, с точки зрения повторения тем информационных материалов в различных СМИ из выборки. Интернет-СМИ имеет несколько иную специфику, чем печатное издание, и определить лимит материалов для анализа пред-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

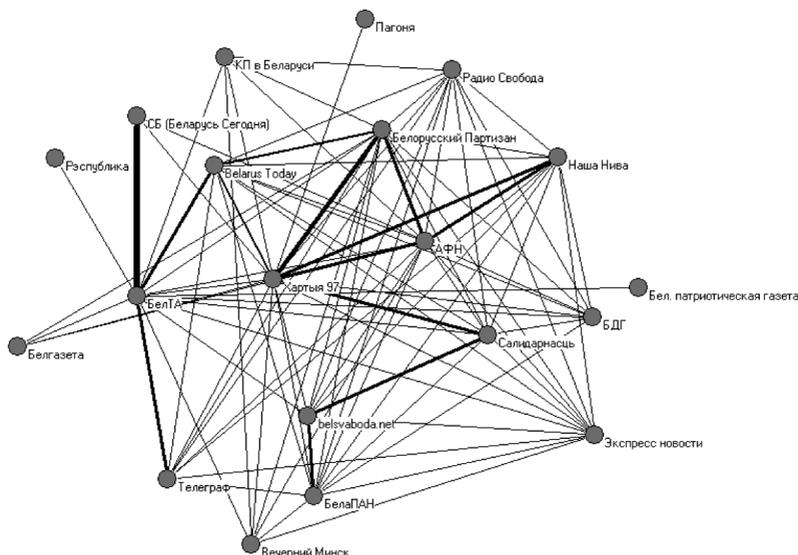
ставляет сложность: на одних сайтах на главной странице размещен зачастую весь архив статей за последние несколько месяцев, а на других – лишь новости последней недели. Поэтому было решено ограничить анализ материалов одной неделей.

Для каждой газеты был определен круг тем, которые она осветила за указанную неделю. Исходные данные были преобразованы в матрицу, строки и столбцы которой составляли СМИ из выборки, а значения внутри таблицы на пересечении двух различных СМИ указывали на количество общих тем новостей для этих СМИ. По умолчанию количество общих тем для газет было решено принимать за силу связи между этими газетами. Итак, наличие общей темы материала между двумя СМИ говорит о наличии связи между ними, равной 1. Связь между СМИ, таким образом, тем сильнее, чем чаще они освещают одни и те же события. Например, цифра 2 на пересечении строки АФН и БДГ обозначает, что АФН имеет два материала, посвященных тем же событиям, которые освещены в подобных статьях у БДГ. Корреляция между этими СМИ имеет, таким образом, силу 2. На третьем этапе для анализа результатов, представленных в матрице, была выбрана электронная программа Ражек, представляющая инструмент построения и анализа социальных сетей.

Граф связей между белорусскими Интернет-СМИ (см. рис. 1) весьма наглядно показывает, на каких участках сети наблюдается наибольший консонанс. Наивысшую силу связи, равную 8 имеют два издания: БелТА и СБ. Учитывая, что первое является главным информагентством страны (согласно законодательству РБ, именно за БелТА закреплено право на монополию освещения всех политических событий в стране: поездки главы государства, официальные мероприятия и т. д.), а второе обычным общественно-политическим СМИ, резонно утверждать, что СБ попросту заимствует темы для информационных материалов у БелТА. К слову, вторая сеть (см. рис. 2) легко доказывает этот факт, поскольку для СБ БелТа является единственным источником, на которое это СМИ ссылается. Для данной сети это уникальный случай. Кроме того, большие по частоте связи наблюдаются в подграфе, включающем оппозиционные Интернет-издания: «Хартыя 97», «Белорусский партизан», «Салидарнасць», «Наша Нива», «АФН». Это говорит о том, что эти издания интересуют одинаковые темы, и читателю, возможно, будет нелегко сделать вывод о том, какое же из этих

## Медиаобразование: от теории – к практике

СМИ считать приоритетным: на страницах этих Интернет-газет, в основном, одинаковые темы для новостей.



**Рис. 1** Граф связей между белорусскими СМИ с точки зрения повторения тем информационных материалов

Далее обратимся к цифрам. С помощью Rажek были вычислены некоторые показатели центральности для данной сети (см. таблицу 1). Для анализа проблемы консонанса полезно воспользоваться, как ни странно, наименьшими значениями показателей центральности по степени. В данном случае это значение, равное 0.052, принадлежит трем Интернет-газетам: «Рэспубліка», «Белорусская патриотическая газета» и «Пагона». Это означает, что эти СМИ меньше всего «волнует», о чем пишут другие электронные издания, они проявляют самостоятельность в выборе тем для написания материалов и меньше всего повторяют тематику материалов других СМИ (для «Рэспубліки» это, правда, закономерность: издание не делает ставку

## Медиаобразование: от теории – к практике

на освещение глобальных внешнеполитических событий). Наибольшее же значение того же показателя наблюдается у «Хартии 97». Это можно прокомментировать так: газета старается объединить в своем содержании почти все интересные темы, волнующие по отдельности другие источники, представленные в сети. Коррелируя как с оппозиционными, так и с государственными СМИ по тематике материалов (при этом само являясь оппозиционным), это издание нацелено привлечь внимание разного читателя. Значение показателя по близости для этой газеты также самое большое по выборке, что весьма логично. Таким образом, тематика новостей большинства газет ближе всего к тематике новостей «Хартии 97», и наоборот.

**Таблица 1**  
**Показатели центральности Интернет-СМИ**

№	Газета	Степень	Близость	Посредничество
1	Хартия 97	0.894	0.904	0.177
2	АФН	0.842	0.863	0.072
3	Белорусский Партизан	0.789	0.826	0.043
4	БДГ	0.473	0.655	0.005
5	БелТА	0.789	0.826	0.251
6	Салидарнасць	0.578	0.703	0.007
7	БелаПАН	0.631	0.678	0.011
8	Belarus Today	0.578	0.703	0.007
9	Пагоня	0.052	0.487	0.000
10	КП в Беларуси	0.315	0.593	0.002
11	Радио Свобода	0.631	0.678	0.013
12	СБ (Беларусь Сегодня)	0.157	0.542	0.000
13	Белгазета	0.211	0.558	0.000
14	Вечерний Минск	0.368	0.612	0.004

## Медиаобразование: от теории – к практике

15	Рэспубліка	0.052	0.463	0.000
16	belsvaboda.net	0.473	0.655	0.005
17	Бел. Патриотическая Газета	0.052	0.463	0.000
18	Экспресс новости	0.631	0.731	0.013
19	Наша Нива	0.578	0.655	0.004
20	Телеграф	0.473	0.655	0.005

У информагентства БелТА самый высокий показатель центральности по посредничеству. Проинтерпретируем это так: для большинства пар газет, не связанных общей тематикой новостей именно БелТА будет выступать главным посредником, или тем СМИ, материалы которого объединяют эти две газеты. И это неудивительно, так как данную структуру в качестве ближайшего источника информации используют большинство как оппозиционных, так и государственных Интернет-изданий. При этом она является своеобразным водоразделом между «оппозиционной» и «государственной» частью сети, находясь на кратчайшем расстоянии от тех и других. Для сравнения: БелаПАН является совершенно недостижимым источником информации для государственных СМИ (СБ, Рэспубліка, Белорусская патриотическая газета, БелТА, Белгазета), однако, учитывая тот факт, что большинство вершин в данном орграфе представляют оппозиционные СМИ, БелаПАН весьма удачно по близости располагается именно к ним: для таких оппозиционных Интернет-газет ближе окажется именно БелаПАН как второй после БелТА источник информации. Это в равной мере относится и к Интернет-ресурсу «Радио Свобода».

Для построения другой сети, которая могла бы дополнить предыдущую и прояснить источники распространения однотипной информации, была составлена еще одна матрица связей между теми же СМИ. На этот раз фиксировалось наличие ссылок в материалах одних СМИ на материалы другого. Наличие ссылки на сайте одного СМИ из выборки на другой электронный ресурс, также входящий в выборку, говорит о наличии корреляции между этими СМИ. Анализируя рисунок 2, легко можно заметить, что



## Медиаобразование: от теории – к практике

По результатам исследования были сформулированы следующие выводы. Во-первых, проблема консонанса информации в среде белорусских новостных Интернет-СМИ определенно существует. Основным источником распространения однообразной информации в белорусской новостной Интернет-среде являются БелТА, БелаПАН и «Радио Свобода». При этом роль БелТА в качестве источника информации для государственных Интернет-СМИ является абсолютной; оппозиционные СМИ, как правило, выбирают между ссылками на БелТА, БелаПАН и «Радио Свобода».

Во-вторых, однообразная тематика новостей характерна в первую очередь для большинства оппозиционных газет. Существовая, фактически, только в Интернет-среде, эти издания вынуждены проявлять высокую сплоченность в освещении общественно-политических событий, что вызывает отсутствие плюрализма мнений в их подаче и определенной догматике. Из этого можно заключить, что проблема консонанса информации в Сети касается в основном тех изданий, которые представляют собой наиболее экономичный способ существования СМИ, т.е. не имеют офлайн (бумажной) версии и соответственно традиций и практики на печатном рынке.

### **Литература**

1. Давыдов И. Масс-медиа российского Интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации // Русский Журнал. 2000. 28 сент. – Режим доступа: <http://www.nethistory.ru/biblio/1043174188.html>
2. Серго А. Интернет и право. – М.: Бестселлер, 2003 – 272с.
3. Чадаев А. Иллюзии русского интернета: Интернет-СМИ // Русский Журнал. 2001. 10 апр. – Режим доступа: <http://www.nethistory.ru/biblio/1043179442.html>
4. Чин Саик Юн. Влияние информационных технологий на СМИ.// Всемирный доклад Юнеско о коммуникации и информации в 1999 – 2000 гг. – Режим доступа: <http://www.polpred.com>

**О. Ф. Нескрябина**

*Институт филологии и языковой коммуникации  
Сибирского Федерального университета*

### **О поисках российской идентичности в пространстве медиа**

Одна из актуальных проблем, обсуждаемых в СМИ – проблема самоопределения российской культуры. Она заявляет о себе как тема национальной идеи.

В программе «Тем временем» (06.06.05, Ведущий М. Архангельский, канал «Культура») историк И. Волгин русской идеей назвал задачу спасения нации, а кинорежиссер А. Кончаловский подчеркнул правовой смысл национальной идеи, определив ее как гражданскую ответственность.

О национальном проекте шла речь в программе «Что делать?» 29 января 2006 г. Диспутанты пришли к выводу, что необходимы конкретные социальные программы и их постоянное присутствие в пространстве медиа. По мнению участников, национальная идея 90-х реализовалась, поскольку состояла она в переходе к рыночной экономике и создании потребительского общества.

А.И. Солженицын в интервью журналу «Шпигель», напечатанному в «Известиях», на вопрос журналиста: «нужна ли России национальная идея, и как она может выглядеть?», заметил, что термин «национальная идея» не имеет четкого научного содержания. По его мнению, это некое объединительное представление о желаемом образе жизни. Оно может оказаться полезным, но «никогда не должно быть искусственно сочинено в верхах власти или внедрено насильственно» [2].

Несколько лет идет обсуждение «русской идеи», но тема не кажется проясненной и не утрачивает актуальность.

Продолжает будировать умы вопрос о русском характере. Кто-то начинает вести «русскость» со времени татаро-монгольского нашествия, кто-то видит начало в эпохе Василия Третьего. Разброс и разброд мнений особенно бросается в глаза в Интернет дискуссии на эту тему. В осеннем телеэфире 2007 года В.Третьяков предложил вопросительную форму «Что есть

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Россия, что такое «русскость»?» для цикла передач программы «Что делать?».

За спорами и разногласиями стоит непростая теоретическая ситуация, о которой уже шла речь выше. Имеется ввиду отношение между культурной традицией и жизнью современников. Как передается культурная информация следующему поколению и как происходят изменения в культуре – вот в чем средоточие проблемы.

Чаще всего в СМИ воспроизводится мнение, что информация передается от предыдущего поколения следующему, согласно обычной причинной связи – от прошлого к настоящему и будущему. «Почему обременяю вас напоминанием о прошлом? – спрашивает своих читателей автор одной интересной аналитической заметки, – Да потому, что менталитет возникает не вдруг, это дело накопительное, наживное» [1]. Кажется, что данное утверждение вполне очевидно истинно. Но это не так. Накапливать можно знания, а как «копится» традиция – это не поддается прямому замеру.

В программе «Времена», посвященной преподаванию в школе отечественной истории (24.06.07, 1 канал), состоялся любопытный обмен мнениями. Главный редактор газеты «Московские новости» Виталий Третьяков предложил такое решение: изучение истории можно сравнить с рассказом об истории семьи. Ребенку не следует сообщать всю правду о грехах его родственников, точно так же ему не надо знать об ошибках и преступлениях своего народа. На это предложение возразил историк Александр Ципко. Он сказал, что аналогия между историей семьи и историей народа неверна и многие участники беседы его поддержали. Только никто из них не указал, в чем состоит ошибочность данного сравнения. Я думаю, что Третьяков прав и аналогия вполне законна в данном конкретном аспекте обсуждения. Другое дело, что вопрос о том, нужно ли говорить всю правду, этим сравнением не решается, ведь и в отношении семейной истории могут быть сомнения, стоит ли скрывать от ребенка истину.

Владимир Познер на предложение Третьякова ответил, что если мы не будем говорить правду, а позже ученик ее узнает, он перестанет доверять всем официальным источникам информации.

## Медиаобразование: от теории – к практике

Проблема состоит в том, что психика ребенка не рассчитана на понимание сложных жизненных проблем, поэтому правдивый рассказ без поправки на особенности детского интеллекта является правдивым только формально. Решение Познера вступает в противоречие с педагогической психологией и вековой педагогической практикой, требующей адаптации любого текста к возрастным особенностям восприятия. Но решение, предложенное Третьяковым, тоже сталкивается с проблемой, так как в наше время ученик получает информацию из разных источников. Следовательно, адаптированная школьная история потребует ее приведения в соответствие с неадаптированными текстами СМИ и Интернета. И все же предпочтительной является эта стратегия, хоть она и трудоемкая и наукоемкая.

Стоит обратить внимание на причины, по которым мнение о ложности сравнения истории отдельной семьи с историей народа, получило такую дружную поддержку участников программы «Времена». Любая аналогия приблизительна, но именно с помощью данной логической операции было сделано, и делается до сих пор, множество научных открытий. В данном случае противники отождествления индивидуальной и общественной истории, видимо, подразумевали различие между частной и публичной информацией.

Владение частной информацией налагает определенные моральные и правовые обязанности по ее хранению и распространению. Эти обязанности отличаются от правил в отношении публичной информации, но есть и то, что их объединяет. В семейной истории случаются тайны, которые охраняются нормами морали, защищающими личную жизнь. Но и в отношении истории существует подобная проблема. Например, вопрос о праве наследников публиковать частную переписку выдающихся деятелей культуры. Тут возможны разные мнения, и ответственность за выбор решения лежит на владельце информации. Что и как рассказывать о предках – это дело нравственного выбора, идет ли речь об истории семьи, или об истории отечества.

Данная тема представляет интерес не только для решения вопроса о том, как надо освещать историю, но и с позиции

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

прав личности. Рассмотренное отношение частного и публичного проецируется на проблему отношения между правом на информацию – с одной стороны, и правом на защиту личной жизни – с другой.

Восприятие истории зависит от отношения к настоящему. Это видно из того, как идет обсуждение исторической темы в СМИ. В ходе обсуждения вопроса о том, как образ истории влияет на настоящее, используется такая аргументация, которая доказывает прямо противоположный тезис: сегодняшние интересы людей определяют образ прошлого («Тем временем», 27.03.06, телеканал «Культура»).

Верно сказано, что история учит только одному, а именно тому, что она никого ничему не учит. Правда, это высказывание цитируется гораздо реже, чем противоположное ему по смыслу. В полемике на страницах ЛГ многие выступления включали тезис: не будем знать историю, будем повторять ее ошибки. С этим согласны и участники программы «Что делать» – профессиональные историки. Привычно звучит подзаголовок литературного обзора: «Как разобраться в настоящем с помощью прошлого?» [1]. Как известно, часто повторяемая мысль не становится от этого истинной, но она начинает таковой казаться.

12 декабря 2005 программа «Тем временем» (ведущий М.Архангельский) была посвящена декабристам, по случаю восьмидесятилетия со дня восстания на Сенатской площади. В ходе беседы, директор исторического архива высказал мнение, что историю надо не оценивать, а знать и понимать. Это, безусловно, верный подход профессионала. Вряд ли правомерно обвинять прошлое в наших сегодняшних грехах и ошибках. Прошлое ответственно только за свое настоящее.

Профессиональный взгляд на изучение истории и взгляд с позиции МП – не одно и то же. МП выражает точку зрения настоящего, а историк смотрит на минувшие события с позиции их предыстории. Историк мотивирован на постижение реальности, как ученый любой другой специальности.

Непрофессионал – тот, кого мы называем неблагозвучным словом «обыватель», нуждается в истории по иным соображениям. Люди обращаются к прошлому для решения своих сегодняшних проблем. Следует уточнить, что история

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

нужна вовсе не в качестве советчика или наглядного примера. Аргумент «к истории» чаще всего нужен для легитимации настоящего.

В заметке, помещенной в журнале «Нэйче» известный физик хорошо выразил эту обывательскую точку зрения на историю. Он советует молодым специалистам изучать историю науки, чтобы почувствовать свое присутствие на линии мирового времени [4, С. 389]. Ощущение собственной значимости – в этом кроется смысл знания о прошлом для мыслящего и чувствующего человека.

А.Шопернгауэр писал, что страх смерти побеждается чувством причастности роду [3, С. 105]. Культ исторического знания имеет глубокие психологические корни. Если человек не видит в окружающем его социуме должного уважения к предкам, он вправе задуматься о том, что будет с памятью о нем. Может ли он рассчитывать на то, что его жизнь оставит хоть какой-то след в будущем, если сам он не помнит своих прародителей. Знание истории и «аргумент к истории» являются элементами культа рода, который наполняет смыслом индивидуальное существование.

Тема исторического знания непосредственно связана с решением проблемы смысла жизни, которая касается каждого человека. В современном же медиадискурсе эта тема обсуждается в публицистическом ракурсе, личностный смысл которого довольно глубоко запрятан. Однако этот личностный смысл существует и его надо эксплицировать.

Культурные традиции, стереотипы переходят из поколения в поколение не так, как знания и навыки. Они не накапливаются. Точнее они могут усиливаться, могут ослабевать и пропадать вовсе. Между тем, обсуждение этой темы в СМИ способно создавать у людей впечатление, что чем древнее традиция, тем она сильнее. Другими словами, обсуждая историю, мы внушаем себе мысль, что наше сознание должно быть отягощено грузом определенных, традиционно сложившихся установок и стереотипов. Однако, психика подвижна, и при желании с помощью СМИ стереотипы меняются. Но мифы способны продлевать жизнь феноменам массового сознания.

## Медиаобразование: от теории – к практике

### **Литература**

1. Гамаюнова, Н. Как разобраться в настоящем с помощью прошлого? / Н.Гамаюнова. – ЛГ. – 2007. – № 2.
2. Солженицын, А.И. «Написано кровью» / А.И.Солженицын. – «Известия». – 2007. – № 129.
3. Шопенгауэр, А. Избр.произ.Состав. И.С.Нарский/Артур Шопенгауэр. – М.: Просвещение, 1993.
4. Weinberg, S. Four golden Lessons/ S. Weinberg. – Nature. – 27 November, 2003.

**Е. А. Носова**

*Кемеровский государственный университет*

### **К вопросу о трансформации информационного повода в «я»-тексте и «он»-тексте**

Трансформация информационного повода (ИП) в различных типах текста, выделяемых в зависимости от авторского «я» («я»-текст и «он»-текст), отражается на функциях и деятельности современных средств массовой информации. Зачастую в процессе массовой коммуникации аудитория получает модифицированный информационный продукт со смещенными информационными акцентами. Актуальным становится изучение природы ИП, способов его актуализации в тексте.

Вслед за Д.И. Карпушиным и С.А. Чикировой под ИП мы понимаем событие (ряд событий) или высказывание, которые могут быть изложены в компактном виде так, чтобы представлять интерес для СМИ. [2, С. 216] Не каждое событие порождает новость, то есть позволяет создать некое информационное сообщение. Выделение вышеназванными исследователями сильных и слабых типов ИП связано с наличием разных методов и способов раскрытия ИП в тексте, как то: описание события, его предмета и участников, а также количественные, социальные и финансовые характеристики события. [2, С. 18-19]

На наш взгляд, указанные способы актуализации ИП соотносятся с такими жанрообразующими признаками текста, как предмет и методы отображения. Помимо этого, имеет смысл выделить близкий к формально-авторскому жанрообразующему признаку способ актуализации ИП – посредством «я»-текста и «он»-текста.

С.А. Чубай делит тексты на три группы: «я»-тексты, «он»-тексты и «я»- и «он»-тексты (гибридные тексты). [4, С. 18] Для нас актуальным оказывается учет специфики коммуникативного пространства ИП: один из ИП становится первичным, другой – вторичным. «Я»-текст исходит от организации и основной своей целью ставит оптимизацию базисного пиар-субъекта. «Он»-текст отражает социально значимое событие и именно в

## Медиаобразование: от теории – к практике

таком контексте рассказывает об организации. Понятно, что интересы пиар-субъекта и общественности, представленной в лице СМИ, не всегда совпадают. В данном случае уместно говорить о трансформации ИП в «я»-тексте и «он»-тексте.

При этом следует учитывать первичность и вторичность того или иного типа текста. Речь идет о так называемых контролируемых и неконтролируемых организацией текстах. [1, С. 22-23] Так, в рамках кризисного пиара нередко вторичен «я»-текст и первичен «он»-текст. Но поскольку в подобных случаях всегда наблюдается значительная трансформация ИП, мы рассмотрим ситуацию с первичным «я»-текстом, где выделим три типа трансформации ИП.

Заявленное положение выявлено и доказано с помощью анализа пиар-текстов Управления по связям с общественностью ОАО «УК «Кузбассразрезуголь» и журналистских публикаций в российских СМИ за период 2006-2008 гг. Под пиар-текстом здесь мы понимаем письменный текст, служащий целям формирования или приращения публичитного (имиджевого) капитала базисного пиар-субъекта, обладающий скрытым (или реже – прямым) авторством, предназначенный для «внутренней» или «внешней» общественности. [3, С. 12]

Так, в анонсе-приглашении от 18.05.2007 г. «Сотрудничество двух компаний мирового уровня» реализуется основная функция «я»-текста: оптимизация базисного пиар-субъекта, а также обеспечение участия в новостном событии значимых для базисного субъекта лиц. ИП выступает предстоящее торжественное открытие регионального базового склада запчастей концерна «Liebherr» на одном из разрезов ОАО «Кузбассразрезуголь». Показательна значимость этого события для угольной компании. Ярким признаком «я»-текста является неоднократное заострение внимания на сотрудничестве мирового производителя и предприятий «Кузбассразрезугля», а также наличие информации в жанре факт-лист (дополнительные данные о фирме, ее первых лицах, участниках события).

В материале в жанре расширенной информации «Liebherr» осваивает Кузбасс» (журнал «Деловой Кузбасс», июнь 2007 г.) мы видим следующий ИП: состоявшееся открытие нового склада запасных частей для горнодобывающей и строительной тех-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ники. В центре внимания данного «он»-текста – обеспечение максимально эффективного сервиса от производителя в непосредственной близости к местам эксплуатации техники. ОАО «Кузбассразрезуголь» в тексте фигурирует лишь как ведущий потребитель продукции компании «Liebherr». Однако при этом ИП первичного «я»-текста практически не трансформируется.

В корреспонденции «Liebherr» открыла первый склад запасных частей» (газета «Континент Сибирь», 29.06.2007 г.) ИП является не просто открытие склада запасных частей, но рост спроса на строительную и горнодобывающую технику в целом по России. Частично дублируя «я»-текст, автор «он»-текста выходит на новый уровень обобщений, отличный от первичного «я»-текста.

При повторении, дублировании «я»-текста мы говорим о незначительной трансформации ИП в «он»-тексте. Частичная же трансформация ИП в «он»-тексте влечет за собой уход от базисного пиар-субъекта. Открытие нескольких социальных объектов в микрорайоне «Серебряный бор» стало ИП для материала с целью поддержания имиджа базисного пиар-субъекта – ОАО «Кузбассразрезуголь» как главного застройщика. Данное положение находит свою реализацию в пресс-релизе от 29.08.2008 г. «Растет и развивается «Серебряный бор». Однако в «он»-тексте «Перспективный микрорайон» (журнал «Дольче Вита», сентябрь 2008 г.) не сообщается ни слова о «Кузбассразрезугле». Здесь на базисный пиар-субъект указывает лишь имиджевая фотография с брендом компании. Тем не менее, первичный ИП сохранился.

Значительной назовем такую трансформацию, когда вторичный ИП находит свое дальнейшее отражение по одному из направлений первичного ИП. Например, корреспонденция «В Кузбассе строить и жить помогают» (газета «Комсомольская правда в Кузбассе», 16.03.2006 г.) посвящена реализации национального проекта «Доступное и комфортное жилье». ОАО «Кузбассразрезуголь» упоминается в контексте подписанного соглашения с администрацией Кемеровской области, в соответствии с которым предприятие инвестирует в нацпроекты на территории области определенную сумму. Предваряющий данную публикацию «я»-текст от 07.02.2006 г., исходящий от организации, сообщал об основных обязательствах, содержа-

## Медиаобразование: от теории – к практике

щихся в соглашении, в том числе – и о принятии участия в финансировании приоритетных национальных проектов в сфере образования, здравоохранения и жилищного строительства, реализуемых на территории Кемеровской области. Очевидно, что ИП «я»-текста претерпел трансформацию в «он»-тексте и значительно изменил функцию второго материала.

Анализ деятельности Управления по связям с общественностью ОАО «УК «Кузбассразрезуголь» за 2006-2008 гг. методом сплошной выборки позволяет сделать вывод о наличии трех типов трансформации ИП «я»-текста в «он»-тексте:

- 1) незначительная (сохранение признаков первичного текста, частичное или полное дублирование ИП);
- 2) частичная (уход от базисного пиар-субъекта при возможном сохранении ИП);
- 3) значительная (смещение ИП, актуализация одной из важных, по мнению автора, составляющих первичного ИП).

Использование того или иного из выявленных типов трансформации ИП является значимым способом актуализации ИП в тексте, позволяет расставить (а в некоторых ситуациях – сместить) информационные акценты и находит свое отражение в видоизменении функций современных средств массовой информации.

### **Литература**

1. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. – Спб., 2006.
2. Карпушин Д.И., Чикирова С.А. Пресс-релиз: правила составления. – СПб., 2007.
3. Кривоносов А.Д. Жанры PR-текста. – СПб., 2001.
4. Чубай С.А. Диалогичность современной политической рекламы. Автореферат. – Волгоград, 2007.

**Остапенко А. О.**

11 класс, г. Северск

### Место и роль журналистики в современном обществе

*Журналистика – это литература на бегу.*

**Мэтью Арнольд**

СМИ, как много в этом слове! Это целый мир со своими правилами и проблемами. Журналистика живет по своим законам, не только по законам СМИ. Человек 21-ого века стал информационно зависим. По имеющимся статистическим данным, в России выходит от 11 до 14 тысяч газет. А средний тираж газеты составляет 10 тысяч экземпляров. Средства массовой информации: газеты, журналы, радио и телевидение, а еще к ним относят Интернет. Зачастую мы сами не понимаем, насколько привыкли постоянно получать огромное количество новостей из разных информационных источников. Кто владеет информацией, тот владеет миром или же нет? Всегда ли средства массовой информации являются властителями наших дум или это всего лишь инструмент?

Часто о СМИ говорят как о «четвертой власти». У каждого по этому поводу есть свое мнение. Кто-то видит в ней силу, другие только марионетку. Но ведь отчасти правы и те, и другие.

*К счастью, господа журналисты,  
я читаю ваши газеты, чтобы знать, что я думаю.*

**Шарль де Голль**

Влияние журналистов на общество является спорным вопросом. Журналистика затрагивает интересы многих и, с одной стороны, является важным фактором влияния на все сферы жизни общества особенно в периоды социальных перемен. Так, в 60-е годы 19 века революционная демократия издавала дерзкие по своему политическому содержанию журналы: «Современник», «Русское слово», «Искра». Они сыграли главную роль в развитии

## Медиаобразование: от теории – к практике

освободительной борьбы против крепостничества. Положение легальной прессы в те годы, особенно при Александре Третьем, было тяжелым. Многие журналисты уезжали за границу, чтобы иметь возможность свободно писать. Уже в 1853 году А.И. Герцен создал в Лондоне «Вольную русскую типографию», которая начала издавать альманах «Полярная звезда» и газету «Колокол», где пропагандировал теорию «общественного социализма». Позднее он наладил нелегальное издательство и в России.

У СМИ, редко, но бывает возможность воздействовать на власть. Через массы либо своими силами журналист может заставить слушать себя. М.Н. Катков – публицист и издатель, стал идеологом и вдохновителем консервативного движения во время царствования Александра Третьего. В 1839 году он назначен заведовать редакцией университетской газеты «Московские ведомости». К его мнению прислушивались император и министры. Газета Каткова имела такое влияние, что ему стало по силам смещать и назначать новых министров, влиять на внутреннюю и внешнюю политику правительства.

*Пресса полезна уже по тому,  
что она учит нас не доверять прессе.*

**Сэмюэль Батлер**

Теперь необходимо рассмотреть другую точку зрения. Ведь писарь при короле только писарь. Вопросы о собственности на СМИ и контроль над ними так же всегда в центре внимания. Джон Стейнбек сказал: «Сколько у тебя в кармане, настолько у тебя и свободы (власти)». Многие люди, занимающие высшие чины, не желают читать о себе «вольные» статьи журналистов. По этому их пресс-службы контролируют каждую строчку, не допускают СМИ к информации. Материалы часто являются заказными. «Охлаждение в отношениях прессы и чиновников – это не наступление на свободу печати и слова. Но это является падением уважения к прессе, которая для многих стала просто инструментом для сведения корпоративных и личных счетов» – говорит Александр Михайлов, профессор московского института МВД РФ, член Союза писателей. В определенных отношениях журналист стал товаром, который можно купить, продать, обменять.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Ролью СМИ нельзя пренебрегать. Каждый человек, так или иначе, сталкивается с тем огромным потоком информации, запускаемой СМИ в общество. Правительство во все времена пользовалось их влиянием на массы.

Во время Первой Мировой войны страны Антанты и Тройственного союза развернули друг против друга кампанию дезинформации. В печати и многочисленных публикациях, брошюрах противник изображался как кровожадный и беспощадный враг. Любые факты жестокости на фронте и бесчеловечного отношения к военнопленным становились достоянием органов массовой информации. Правительства воюющих стран издавали сборники официальных документов, солдатских дневников и писем, в которых изображалась «правда» о войне, однако именно под тем углом зрения, который был выгоден данному государству. Вот и пример формирования СМИ общественного мнения. В наше время произошла похожая ситуация в Грузии. Власти объединяют грузинский народ против России путем усиленной пропаганды, закрывают русские каналы и газеты. Все новости там проходят через жесткую цензуру. И не дай Бог написать, что русские правы! Сразу руку вместе с ручкой отрубят. Грузинский президент представляет информацию в выгодном для себя свете и вводит в заблуждение весь мир.

Но если думать, что вся пресса – ложь тоже ничего хорошего не выйдет. Читать между строк, знать чужое мнение и иметь свое – вот вариант решения этого спорного вопроса.

*О светлом будущем заботятся политики,  
О светлом прошлом – историки,  
О светлом настоящем – журналисты.*

**Жарко Петан**

Итак, если представить себе место и роль, занимаемое СМИ в современном обществе, то, помоему, оно находится между властью и народом, является средним, связующим звеном. На журналистов воздействуют как те, так и другие, но и у СМИ есть на них влияние. То есть эти «три звена» постоянно меняются ролями объекта и субъекта действия.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Сила журналистики уже в начале своего существования была оценена по достоинству. Ещё Наполеон говорил: «Четыре газеты могут принести врагу больше хлопот, чем стотысячная армия». С каждым новым поколением у СМИ появляются новые возможности. Теперь, когда существуют электронные носители информации, границы их возможностей просто стираются.

Власти пользуются журналистикой как оружием, ведь это великое средство воздействия и управления. В прессе всегда было и будет огромное количество политики. Запуская информацию через СМИ, её преподносят в «правильной» форме, придавая «нужную» эмоциональную окраску событию, тем самым корректируя понимание фактов обывателем. Влияние власти на прессу будет всегда, но это в нормальных дозах даже правильно.

Журналистика – великая сила, когда она в руках порядочных, думающих людей. Ситуация в мире меняется, приходят новые президенты, разные люди получают чины, появляется новое поколение журналистов. И все эти факторы, так или иначе, будут влиять на место и роль средств массовой информации в современном обществе. А журналисты просто будут писать, каждый по-разному: честно или субъективно, бунтуя или замалчивая. Каждый день будет новая статья, новый номер, новости. И этот запах – свежей прессы – наверняка есть в каждом доме. Быть может, это и есть ответ на вопрос?

**А. А. Степанов**

*Санкт-Петербургский государственный университет*

### **Перспективы развития студенческих сетевых изданий в эпоху web 2.0. Юзабилити-подход**

Благодаря высокой социальной активности студенчества, помимо овладения научными знаниями, оно может активно участвовать в общественно-политической жизни страны. Кроме того, необходимость для студентов собственных СМИ сегодня не вызывает сомнений, будущим специалистам гуманитарных специальностей необходимо уметь не только составлять пресс-релизы, но и готовить информационные заметки, уметь выступить в качестве эксперта. Создавая Интернет-газеты студенты смогут помогать друг другу, социализироваться, консолидироваться, решать проблемы, обмениваться информацией и образовывать более крупные информационные сети. Но основной вопрос, который стоит перед молодыми людьми, решившими работать над сайтом: каким должен быть конечный информационный продукт, и какая информационная политика необходима студенческому сайту.

С помощью юзабилити-подхода возможно найти ответы на эти вопросы. Юзабилити-подход в исследовании интернет-ресурсов, основывается на учете интересов пользователей, и позволяет в будущем, с максимальной эффективностью реализовать резервы сайта, что повысит эффективность интернет-продукта. Цель подхода – найти оптимальный баланс между удовлетворенностью пользователей и достижением таких показателей, как: увеличение конверсии пользователей (чтобы сайт соответствовал ожиданиям пользователей), увеличение посещений и отзывов, уменьшение нагрузки на службу поддержки (минимизировать штат специалистов), увеличение эффективности Интранет-портала, сокращение затрат на обучение сотрудников. Исследование интернет-изданий при юзабилити-подходе представляет собой данные о выявленных проблемах и путях их решения по трем уровням: 1) Контент и информационная политика; 2) Техническое состояние; 3) Рекомендации по новым трендам, переходным технологиям [2].

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Для юзабилити-исследования были использованы сайты, выбранные автором в поисковой системе yandex.ru по ключевым словам: «студенческая газета», «газета для студентов», «газета студентов», «студенческий сайт», «сайт для студентов», «сайт студентов». Кроме того, преимущество при исследовании было отдано сайтам, входящим в рейтинг «top 100» ресурса mail.ru – всего: 40 Интернет-изданий [3], [4].

### 1. Контент и информационная политика

С позиций социальной журналистики первоочередное внимание необходимо уделять общественным проблемам. Студенческая Интернет-газета должна быть ориентирована, прежде всего, на социально активных студентов, которые заинтересованы в разрешении проблем. Основополагающие проблемы, которые стоят перед этой аудиторией: материальное обеспечение, образование, здоровье, безопасность и др. По данным опросов [1, С. 68], существуют следующие проблемы: недоступность образования – 87,1%, проблемы с трудоустройством, материальная необеспеченность – 83%, социально-правовая незащищенность – 71,5 %, неорганизованность досуга – 60,2 %, отсутствие поддержки молодых семей – 57,6 %, жилищная проблема – 54,3%, алкоголизм, наркомания – 51,2 %. Таким образом, основными проблемно-тематическими линиями должны быть: молодежная политика; деятельность молодежных организаций; социальная поддержка; образование, наука, профессия; культура; здоровье и спорт.

В ходе исследования было выявлено, что основными проблемно-тематическими линиями, анонсируемыми в сетевых изданиях (указывается, как часто встречается та, или иная рубрика в 40 изданиях), являются: «новости» – 27 раз, «учебные материалы» («downloads», «рефераты») – 13 раз, «развлечения» («юмор», «КВН», «игры») – 12 раз, «абитуриентам» – 8 раз, «работа» – 8 раз, «статьи» – 8 раз, «творчество» – 8 раз, «библиотека» («книги») – 7 раз, «вузы» – 7 раз, «организации»/ «клубы» – 6 раз, «преподаватели» – 5 раз, «объявления» – 3 раза. В сетевых изданиях преобладают следующие рубрики: «новости», «учебные материалы» («downloads», «рефераты»), «развлечения» («юмор», «КВН», «игры»), «абитуриентам» и т.д. Вместе с тем, редко встре-

## Медиаобразование: от теории – к практике

чается рубрика: «статьи» и рубрики, содержащие аналитическую информацию. Единичными являются рубрики, посвященные обмену практическим опытом, а также социальные рубрики – «жилье», «права», «политика и экономика», «спорт», «наука»; и рубрики по интересам – «фоторепортаж», «взаимоотношения полов», «компьютерные технологии». Таким образом, основной упор в студенческих сетевых изданиях делается на предоставлении пользователям новостной и развлекательной информации, размещении на сайте учебных материалов, в то время, как социальная составляющая, включающая в себя социализацию, профессиональное совершенствование, выработку активной гражданской позиции студенчества – издателями учитывается за редким исключением. Тип информации, преобладающий в сетевых изданиях: «новостной» – 32.5%, «новостной» и «информационный» – 32.5%, «информационный» – 22.5%, «новостной» и «аналитический» – 10%, нет информации в – 2.5% случаев.

### **2. Техническое состояние**

Преобладающим типом СМИ в сетевых изданиях является «оригинал» – 67,5%. Не являются сетевыми СМИ 22,5% исследуемых изданий. 5% от общего числа исследуемых изданий «клоны», и 5 % составляют «гибриды». Наиболее типичными характеристиками структуры и оформления сетевых изданий являются гипертекстуальность и размещение публикаций в «блоки». Слабой стороной студенческих сетевых изданий является отсутствие мультимедийности и низкое качество визуализации иконических текстов. Основными способами обратной связи на сайтах студенческих СМИ являются: гостевая книга, форум, чат, из них преобладающий – форум. В ряде сайтов присутствуют все 3 означенных способа обратной связи. Большинство проанализированных сайтов обновляется ежемесячно (11 из 40, что составляет 27,5%). В 10 случаях (25%) сайт не обновляется в течении трех месяцев. На 9 сайтах (22,5%) информация меняется еженедельно. Ежедневно обновляется информация на 5 анализируемых Интернет-изданиях (12,5%). Информация отсутствует в 5 сайтах (12.5%). Больше всего студенческих информационных ресурсов обновляется ежемесячно – 27.5%, меньше всего – ежедневно – 12.5%. Основным способом рас-

## Медиаобразование: от теории – к практике

пространения информации (92.5%) являются сайты, на которых в открытом или ограниченном режиме выкладываются предназначенные для читателей материалы, в 7.5% случаев пользователям предоставляется рассылка с краткой выдержкой из самых интересных и актуальных материалов сервиса.

Неумелое использование форм обратной связи, и отсутствие возможностей мультимедийности, технологии «открытой публикации» говорит об отставании развития студенческих сетевых изданий от общероссийских. О слабом развитии студенческих СМИ свидетельствует и преобладание изданий с ежемесячным обновлением, что для динамичных Интернет-изданий является неприемлемым. Таким образом, в новой модели студенческих сетевых изданий должны быть учтены как внедрение технологических новинок, так и особенности аудитории, потребителей СМИ, желающих быть «сотворцами» новостей и соучастниками событий.

### **3. Рекомендации по новым трендам, переходным технологиям**

В настоящее время самыми распространенными интернет-ресурсами являются сайты, веблоги и социальные сети. Рассмотрим каждый вид ресурсов в отдельности: Сайт – системное многоуровневое объединение разных ресурсов и сервисов, для администрирования которыми требуются специальные знания и программное обеспечение; Блог (англ. blog, от «web log», «сетевой журнал или дневник событий») – это веб-сайт, основное содержание которого – регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке; Социальная сеть – веб-сайт с возможностью указать какую-либо информацию о себе (дату рождения, школу, ВУЗ, любимые занятия и другое), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети [5], [6]. Для администрирования последними двумя ресурсами пользователям не требуются специальные знания, обновление страниц происходит через спроектированные разработчиками «окна».

Сайты нового поколения Веб 2,0 вытесняют из Сети своих предшественников «устаревшего» типа. Социальные сети перехватывают у традиционных порталов роль самых посещаемых

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

сайтов. Рост количества сайтов в российской зоне Интернета (Рунет) в 2007 году составил 66% по сравнению с 2006 годом. По данным исследования «Яндекса», число доменов увеличилось до 1 миллиона. Как считают эксперты, из них действительно используются более 800 тысяч. Вместе с тем, к концу 2008 года, предположительно будет существовать уже 2 миллиона российских доменов. В тоже время, по данным исследований компании «Яндекс», рост русскоязычной блогосферы существенно замедлился: за полугодие (ноябрь 2007-го – апрель 2008 года) количество блогов в рунете увеличилось на 23% и достигло 3,8 млн. онлайн-дневников. Интернет-дневники теряют популярность. Одной из причин спада интереса к блогам является рост популярности социальных сетей, которые демонстрируют рост от 100 до 800% в год [7]. Так, на сентябрь 2008 года, в социальной сети "ВКонтакте" зарегистрировано около 17 миллионов пользователей, а в «Одноклассниках.ru» – около 20 миллионов.

Большинство студенческих сайтов – официальные и создаются администрациями вузов. Что накладывает свой «отпечаток»: внутренняя цензура и бюрократичность процесса подготовки новостей, официальный характер сообщений. Подобные порталы не интересны молодежной аудитории, поэтому наиболее активные студенты инициируют создание собственных веб-изданий. Социальные сети дают возможность реализовать информационные проекты. После создания сообщества в соцсетях (достаточно одной регистрации) пользователю предоставляются сервисы, аналогичные тем, что используются в «серьезных» веб-сайтах (лента новостей, блог, альбомы и т.д.), только их использование не требует специальных навыков. Так возможности сообщества позволяют: создавать контент; пополнять фото-, видео-, аудиохостинг (альбомы); искать людей; выбрать или создавать новые сообщества, делать записи в форуме (стене), оставлять заметки в блоге, вести календарь событий, обмениваться новостями, участвовать в дискуссиях, проводить опросы [8]. Все перечисленные сервисы могут быть использованы на сайтах, как форма интерактивности. Но как видно из исследования, проведенного автором, студенческие сайты редко обновляются, им свойственна недостаточная интерактивность и мультимедийность. Наблюдается

## Медиаобразование: от теории – к практике

двойственная ситуация. С одной стороны многообразные студенческие сообщества, с постоянно обновляемым текстовым и мультимедийным контентом (при полном отсутствии информационной политики и соответствия медийному содержанию), и, с другой стороны, официальные студенческие сайты, технологически отстающие от соцсетей. В сложившейся ситуации возможны 3 варианта сосуществования. Первый: студенческие сообщества объединяются, затем, проработав информационную политику, и распределив функции, обеспечивают работу одного, единого сообщества со всеми интерактивными сервисами и лентой новостей. Второй вариант: переход студенческих сайтов из собственных доменов в аккаунты социальных сетей. Третий вариант: социальная сеть на базе студенческого сайта, либо передача части функций сообществам, уже существующих соцсетей (голосование, обсуждение тем, получение мультимедиаматериалов).

### **Литература**

1. Черкасова Л.И. Молодежная политика: актуальные исследования. – М.: МГУ, 2006. – 264 с.
2. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.usabilityprofessionals.ru/>, свободный.
3. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://top.mail.ru/>, свободный
4. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/dict/economic>, свободный
5. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/>, свободный
6. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: [www.kommersant.ru](http://www.kommersant.ru), свободный
7. Электронный ресурс – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://vesonet.ru>, свободный

**Е. В. Орлова**

*СевмашВТУЗ, г. Северодвинск*

### **Телевидение как инструмент формирования феномена политического знания молодежи (опыт регионального исследования)**

Практика современных социологических исследований все больше внимания уделяет многоспектральному изучению молодежной проблематики. Причем, если раньше в поле исследовательского поиска попадали такие аспекты анализа как молодежные субкультуры и нравственно-этические компоненты социализации молодежи, а несколько позднее особую остроту приобрели попытки изучения особенностей девиантного поведения и профессиональных стратегий подрастающего поколения, то сегодня в зону повышенного внимания выделены социально-политические ориентиры «поколения NEXT». Данная ситуация кажется нам закономерной и вполне обоснованной. Как мы смеем утверждать, именно современный ракурс анализа социологии молодежи является и логически и методологически оправданным. И специфика молодежных субкультур, и профессиональные и семейно-брачные предпочтения молодежи, и тем более специфика молодежной девиации – это по своей сути только следствие того социально-политического настроения и самочувствия, которым живет современная молодежь. Понимая и осознавая социально-политические настроения молодежной аудитории, мы сможем понимать и осознавать причину тех явлений, которые обозначены нами выше как следствия.

Ни для кого не секрет, что практика изучения молодежи сегодня – это реальная попытка спрогнозировать и предвидеть общество завтрашнего дня. Важно и точно, что обозначение болевых точек сейчас, это возможность предотвратить их завтра. Давно априорной стала идея, что изучение молодежи и работа с ней это интеллектуальные инвестиции в стабильное будущее. Любые инвестиции должны быть обоснованными, иначе неадекватное вложение в будущее может стать неоправданным ущемлением настоящего. Молодежь – это важнейший стратегический ресурс

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

любого общества, она играет огромную роль в экономических, политических и культурных процессах, как его настоящего, так и его будущего. Посредством государственной политики общество создает условия для становления, развития и интеграции молодежи в общественные структуры, ее самореализации во всех сферах. Однако, многочисленные данные статистики, социологических исследований, и что наиболее показательно, практика реализации управленческих решений свидетельствуют о серьезных проблемах социального, экономического и духовно-нравственного состояния российской молодежи. Наиболее проблемным блоком в этом аспекте анализа мы считаем механизм политического становления молодежи, который принято обозначать как процесс политической социализации.

Большинство отечественных исследователей с опасением констатируют политическую индифферентность современной молодежи. Ни для кого не секрет, что именно эта социальная группа часто выступает в роли политического аутсайдера. Данные статистики свидетельствуют о том, что подобное политическое аутсайдерство прослеживается в двух взаимосвязанных направлениях.

Во-первых, среди политической элиты нашего государства, весьма мало представителей возрастной группы от 18 до 35 лет, причем эта статистика распространяется на возрастную состав всех без исключения партий и не только таких классически зрелых как КПРФ. Кризисные программы и стратегии обновления кадрового партийного резерва большинства партий, по нашему мнению, на данном этапе не сколько решают проблему, сколько фиксируют ее наличие. Интересно и показательно, что данные глубинных опросов молодых партийных лидеров свидетельствуют о том, что стратегия обновления идет под лозунгом: «Не качеством, так числом!». То есть, идет процесс не формирования партийных элит нового поколения, а создание новой когорты «новых партийных карьеристов». Методологически интересно, что эта тенденция доминирует в «резервном составе» всех партийных объединений. Следует отметить, что подобная схема действия принесет свои плоды в тактическом аспекте (достаточно быстро, но не глубоко), но приведет к усугублению проблемы в стратегическом плане.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Во-вторых, политическое аутсайдерство молодежи проявляется в характере политической культуры молодежи, кульминационной точкой демонстрации, которой является электоральное поведения молодого поколения. Электоральное поведение принято рассматривать в основном через призму электоральных предпочтений, причем этот подход является доминирующим при анализе всех возрастных групп. Именно этот подход позволил определить основные характеристики электорального поведения граждан 18-35 лет: эмоциональность, нестабильность, поверхностность, кратковременность принятия политического решения и ряд других. Но, несмотря на значимость сделанных выводов, принципиально важным нам кажется поиск механизмов формирования и способов создания феномена «политическое знание». Именно его специфика является причиной принятия тех или иных электоральных решений. Повторяя высказанную ранее идею, отметим, что, чтобы понять, спрогнозировать или скорректировать следствие, нужно четко осознать его причину. То есть, не столько важно узнать за какую политическую партию будет голосовать молодежь и пойдет ли она на выборы вообще, сколько понять почему, зачем и при каких условиях она будет это делать. Смеем утверждать, что именно методологически неграмотная и технологически ущербная политическая коммуникация в системе «власть-молодежь» привела к политическому аутсайдерству молодого поколения. Теперь власть заинтересована в молодежи как никогда, объявление 2009 года годом молодежи яркое позиционирование этого интереса, но взаимного интереса, а тем более доверия пока не фиксируется. В этой связи стратегически опасным выглядит тот факт, что 43% молодежи не интересуются политикой в принципе и не соотносят глубинное пересечение политической и общественной сфер. Порядка 45% молодых людей не отдают себе отчета в том, что принятые ими или кем-то другим политические решения отображаются на качестве жизни каждого из нас. В этом ключе показательна фраза одного из молодежных лидеров: «Меня не интересует политика! Меня интересуют проблемы жилья и работы, а так же то, что творится конкретно в нашем городе». Опасность этого заявления заключается в том, что эта идеология является типичной. Ситуация не выглядит безнадежно, так как 15% молодежной аудитории понимают, что если не заниматься политикой, то рано или позд-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

но политика займется ими, а они не готовы выступать в качестве бездушного электората, о котором вспоминают раз в четыре года за месяц до выборов. Данные многих исследований (в том числе и проведенных нами) свидетельствуют о том, что политическая активность молодежи немного возросла, причем наибольшую активность здесь проявляет студенчество и важно не упустить этот момент, который может адекватным путем заполнить вакуум, возникший в системе политической культуры молодежи.

При диагностическом анализе подобной проблемы следуют, во-первых, четко разделять такие феномены как «политическое знание» и «политическая информация». Важно, что в ментальном образовании молодежи мы фиксируем проявление, прежде всего, концепта «политическая информация». Понятно, что истинность/ложность, правильность/неправильность, личностность/отчужденность и т.д. – это те характеристики, которые требуют дополнительного и подробного анализа, поэтому сконцентрируем свое внимание только на одном из аспектов проблемы – инструменте формирования политического знания. В данном случае, весьма показательны следующие результаты (исследование проведено в г. Северодвинске в сентябре 2008 года, выборка квотная по полу и возрасту, 600 респондентов)

Порядка 52% опрошенных считают, что интересуются политической жизнью общества, причем только 15% из них отмечают, что их интерес носит действенный интерес. Они проявляют инициативу и в поиске политически окрашенной информации и принимают активное участие в общественно-политических мероприятиях. Делают это осознанно и по собственной инициативе. Лидерами политической активности являются студенты – социологи, юристы, политологи и экологи, что, в принципе, не удивительно, так как подобное поведение является неотъемлемой частью их профессиональной культуры. 43%, как отмечалось несколько выше, не проявляют интереса к политике как таковой. Причем, наименее активны в этом плане учащиеся ПТУ и техникумов, наиболее политически пассивными являются девушки. Аполитичность молодого поколения объясняется несколькими базовыми причинами. Во-первых, в государстве длительное время отсутствовала какая-либо целостная политика по работе с молодежью, эта социальная группа чувствовала себя брошенной. Во-вторых, большинство

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

государственных реформ и преобразований ударили по молодежи, особенно остро-кадровый кризис, жилищные проблемы, платное образование, военная реформа. В-третьих, предлагаемые государством стратегии решения этих проблем явились во многом «контрольным выстрелом» в сторону молодежи – ипотечные системы покупки жилья, сокращение на местах по принципу «кто последний пришел», закрытие многих детских садов, реформы армейского призыва и т.д. Кроме того, молодежь активно усваивает современные условия жизни и не видит политическую активность в качестве способа решения собственных проблем.

Чтобы понять, из каких информационных источников молодежь получает политическую информацию, следует обозначить рейтинг информационных источников как таковых. В этом ключе интересны результаты, полученные при анализе ответа на следующий вопрос: Из каких источников Вы предпочитаете получать информацию?

Как мы видим, доминирующим остается телевидение, оно является базовым источником получения информации и для других групп респондентов. Важно, что за последнее время, большую популярность приобрел интернет, но несмотря на это лидерство телевидения неоспоримо. Интересно и то, что для большинства молодежи ТВ является своеобразным фоном, который не мешает ни говорить по телефону, ни работать за компьютером, ни готовиться к занятиям. Улавливание информации носит неглубокий, частичный и хаотичный характер. Этот процесс просто не может перерасти в возможность формирования политического знания.

Показательным является и ответ на вопрос «Сколько времени Вы проводите за просмотром телевизора?»

Видно, что время активного просмотра телевизора достаточно велико, кроме того порядка 70% молодых респондентов отмечают, что в этот период не фонового, а активного просмотра ТВ попадают и программы социально-политической направленности. Основное место среди передач данного ракурса занимают новостные блоки, им отдают предпочтение 65,7% респондентов.

Чтобы понять новостные блоки каких телеканалов наиболее популярны, нам будет интересно отследить рейтинг телеканалов, который актуален среди молодежной аудитории.

## Медиаобразование: от теории – к практике

Следовательно, идеологические и аналитические конструкции новостных блоков этих каналов – молодежных лидеров являются основой для создания политической картины мира большей части молодежи. Конечно, мы смеем предположить, что любое зрелое восприятие информации носит критический характер, а значит, аналитические способности молодежи не дают ввести ее в заблуждение. Печально, но высказанная идея не является аксиомой, так как именно среди молодежи уровень доверия к телевизионной информации достаточно высок, а ее восприятие носит наивный характер.

В связи с этим весьма правомерными являются два взаимосвязанных вопроса: «Каким образом молодежь получает именно политическую информацию?» и «Каковы цели и мотивы просмотра социально-политических передач?». Полученные результаты, по нашему мнению, очень показательны.

Следует отметить, что, несмотря на видимые сложности восприятия политической информации, есть и элементы или вернее зачатки формирования феномена политического знания. Это проявляется в том, что та часть аудитории, которая рефлексирует на полученную информацию, отмечает ряд существенных недоработок в механизме ее производства, и это, по сути, тема для отдельного исследования. В заключение же этой статьи хотелось бы отметить, что на сегодняшний день именно ТВ является наиболее сильным инструментом, формирующим феномен политического знания, и в отношении молодежной аудитории это более чем очевидно.

**Н. В. Юмашева**

*Редактор газеты «Сами»*

### **Социальные функции детско-юношеской журналистики**

Расцвет детской самостоятельной журналистики, резкое увеличение детско-юношеских редакций и студий приходится на конец перестройки и первые постперестроечные годы, то есть наступает несколько позже, чем подъем духовной жизни общества, расцвет «взрослой» публицистики, вызванный перестройкой. Тому есть ряд социально-политических и социально-психологических причин, в частности, консервативность педагогической системы, осуществлявшей авторитарную образовательную модель, в которой ребенок рассматривался как объект педагогического воздействия и не воспринимался в качестве участника диалога. Для понимания специфики детско-юношеской прессы принципиальным является тот факт, что как социальное явление она формируется в период политических и социальных катаклизмов, а значит – в период переосмысления ценностных ориентиров, утраты прежних идеалов, отсутствия целостного понимания общественной ситуации. Поэтому под расцветом детской прессы приходится подразумевать нечто иное, чем под расцветом «взрослой» публицистики: детская пресса не пережила того катарсиса, который был свойствен перестроечной журналистике, не была проникнута эйфорией от демократических перемен, в том числе в сфере гласности. Напротив, детская пресса формируется в период, когда личностное осмысление себя в окружающем мире стало крайне дискомфортным, следовательно, и адаптация подростков к окружающей среде становится психологически сложным, даже драматически напряженным процессом. Именно этими социально-психологическими факторами обусловлено обращение подростков к журналистскому творчеству, которое воспринимается ими как рефлексия, осмысление окружающей действительности.

Ранняя юность является решающим этапом в процессе социализации личности, и журналистское творчество оказывается хорошим способом самоопределения и самоосознания, поскольку создает условия и для индивидуализации, и для

## Медиаобразование: от теории – к практике

идентификации с определенной социальной группой. Причем, в контексте кризисного социума подросткам иногда оказывается гораздо важнее осознать не свою исключительность, неповторимость, а напротив – похожесть на кого-то, совпадение интересов, целей, идеалов с кем-то еще, что избавляет от чувства одиночества, особенно остро переживаемого в переходном возрасте.

Когда речь идет о функциях «взрослой» журналистики, принимается во внимание воздействие СМИ на общество, при определении же функций детской самодеятельной прессы необходимо учитывать то обстоятельство, что свои социальные функции институт детских СМИ выполняет не только в отношении читателей, но и в отношении подростков, являющихся членами журналистских коллективов. Очевидно, что в данной социальной коммуникации на второй план отодвигаются прагматическая и информационная функция и актуализируется экспрессивная. Причем, как в отношении читателей, так и в отношении членов творческих коллективов особое значение приобретают ценностно-ориентирующая и даже психотерапевтическая функции. Обучение детей и подростков в школах юнкоров при редакциях преследует цели профессиональной подготовки будущих журналистов, но и в этом аспекте едва ли не самыми значимыми для профессиональной деятельности качествами, приобретаемыми юными журналистами, представляются личностные качества, гражданские чувства и, наконец, полноценная адаптация творческой, а потому тонкой, ранимой личности к социальным условиям. То обстоятельство, что журналистская деятельность предполагает массовую коммуникацию, создает условия для того, чтобы этот процесс адаптации не остался делом замкнутой социальной группы, а приобрел общественный резонанс.

Деактуализация информационной функции проявляется, в частности, в том, что в подростковых СМИ обычно отсутствуют подборки новостей, практически не встречаются информационные заметки без комментариев. Причину этого явления можно увидеть в конфликте с внешним миром и обращенности к миру внутреннему, свойственным подростковому возрасту. Этими же причинами обусловлена представленность бессюжетных зарисо-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

вок, посвященных воспроизведению настроений, переживаний. Примечательно, что эти, не газетные в традиционном понимании, тексты в конце 90-х годов наиболее читаемы подростковой аудиторией, узнающей в данных материалах свои чувства и эмоции. Таким образом, коммуникативная функция, проявляясь в таком специфичном аспекте, выходит на первый план.

Однако за прошедшее десятилетие детско-юношеские издания серьезно изменились. Прежде всего, развитие технической базы школ, центров детского творчества позволяет регулярно выпускать газету, внешний облик которой приближен к профессиональному. С другой стороны, развитие медиаобразования является одной из перспективных тенденций последних лет, даже в отсутствие федеральной программы медиаобразования, а значит и административной поддержки, педагоги, руководящие работой детско-юношеских редакций, активно осваивают профессиональные знания, обучаются работе в профессиональных издательских программах. Еще более активно овладевают этими навыками дети. Содержательная модель большинства изданий вполне достойна, и всерьез можно говорить о профессиональной довузовской подготовке, которую получают на базе этих изданий будущие журналисты. В контексте стремительного развития медиакультуры наличие в школе газеты становится престижным явлением. Администрация школы оплачивает педагогу, координирующему работу пресс-центра, дополнительные часы, стабильно финансирует издание газеты. В этих условиях газета включается в учебно-воспитательный процесс, естественно, ее посредством решаются различные воспитательные задачи. Среди них – воспитание патриотизма. Ученики, создавая газету, методично выискивают и закрепляют в тексте то, чем можно гордиться, что создает привлекательный имидж учреждения. Таким образом, упрочение позиций газеты в школе зачастую делает ее корпоративным изданием, и участвующие в ее выпуске подростки уже, как правило, не решают в своих материалах собственные мировоззренческие проблемы, а обслуживают интересы имиджа образовательного учреждения. Не последнюю роль в этом процессе играет и тот обстоятельство, что издание газеты финансируется школьной администрацией: уже

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

в юном возрасте начинающие журналисты усваивают модель взаимоотношений с источником материального благополучия и невозможность критики в его адрес.

Развитие подобных тенденций обусловлено и процессами, происходящими в профессиональной журналистике. В последнее десятилетие резко снизился уровень независимости СМИ, в журналистике стала действовать модель профессии как игры: журналист отделяет себя как личность от себя как профессионала, и собственные убеждения могут достаточно резко расходиться с позициями, выражаемыми на страницах или в эфире СМИ. Идея гражданского общества активно пропагандируется сейчас в России, но зачастую вульгаризируется само понятие, в которое вкладывается порой лишь развитие густой сети гражданских ассоциаций. В школьной среде эта тенденция проявляется в создании большого числа детских общественных организаций. Одной из форм их деятельности является издание самодельных газет, журналов, альманахов, однако, к сожалению, школьные издания постепенно утрачивают функции, которые им были свойственны десятилетие назад. В сегодняшних газетах практически невозможно встретить исповедальных материалов. Справедливости ради, надо отметить, что в ряде газет встречаются материалы критического толка, направленные на преобразование окружающей действительности. Юные корреспонденты таких изданий осваивают механизм решения социальных проблем посредством СМИ.

Изменились и целевые установки подростков, публикующихся в детско-юношеских СМИ: многие из них четко формулируют свою цель: подготовиться к поступлению на факультет журналистики.

Соответственно, в настоящее время детско-юношеские СМИ в гораздо меньшей степени служат самореализации личности ребенка, его гражданскому становлению. На первое место среди функций выходит функция профориентации и довузовской профессиональной подготовки. Редакции самодельных изданий достаточно успешно сегодня готовят технологически грамотных журналистов, грамотных читателей, успешно ориентирующихся в современном медиарынке. Однако ценностноориентирующие, мировоззренческие функции отходят на второй план.

## **Часть II. Медиаобразование: практический аспект**

### **Глава I. Средства массовой информации и читательская культура: проблемы и пути решения**

#### **К вопросу о кризисе читательской культуры**

В последние десятилетия в молодежной аудитории возникает целый комплекс проблем, связанных с тем, что существенно меняются медийные приоритеты подрастающего поколения. Сегодня молодежь все более тяготеет к медиатекстам в электронном формате (телевизионном, компьютерном, мобильном). Произошла смена модели традиционного чтения. Сегодня реальность такова, что чтение все чаще выступает как утилитарный механизм, становится средством получения данных, а еще чаще – попросту источником развлечения. В результате общество все меньше и все поверхностнее читает. Мы сталкиваемся с заметным упрощением текстов, с ростом значимости для аудитории «легкого чтения».

Снижение интереса к чтению – это общемировая тенденция, обусловленная бурным развитием электронных СМИ и индустрии развлечений, которые теснят чтение и как источник получения информации и как интеллектуальную форму досуга. Россия подошла к критическому пределу пренебрежения чтением. Мы переживаем системный кризис читательской культуры. Особую обеспокоенность вызывает молодежная аудитория.

СМИ принадлежит особая роль в повышении уровня читательской компетентности. Российская журналистика развивалась из литературы, в разные периоды истории именно на страницах печатных изданий публиковались лучшие произведения литературы, рождались передовые идеи, отыскивались ответы на злободневные вопросы. На современном этапе периодическая печать, в особенности региональная, утрачивает функцию приобщения аудитории к освоению культурной информации по-

## Медиаобразование: от теории – к практике

средством чтения. Однако никто лучше, быстрее и эффективнее СМИ не в силах сделать так, чтобы образ человека читающего в общественном мнении ассоциировался бы с успехом в жизни, чтобы все понимали: читать необходимо, модно и престижно.

Все это говорит о том, что проблема поддержки и развития чтения сегодня особенно актуальна. И для ее решения следует использовать разнообразные формы вовлечения молодежи в осознанное чтение книг, газет, журналов, других медиатекстов.

**И.В. Жилавская**

*Томский институт информационных технологий*

### Отчет по социологическому исследованию

**Тема: «Роль СМИ в повышении уровня читательской компетентности молодежи»  
октябрь 2008**

Данное исследование, на наш взгляд, позволит ответить на вопросы о восприятии молодежью Томска существующей информационной среды и отношении молодежной аудитории СМИ к чтению. Результаты исследования могут быть положены в основу выработки рекомендаций региональным информационным структурам по изменению ситуации и принятию управленческих решений.

#### **Объект исследования**

Молодежь, проживающая на территории Томской области.

Предмет исследования

Уровень читательской компетентности молодежной аудитории СМИ Томской области.

#### **Гипотезы исследования:**

1. Чтение печатных СМИ и книг среди молодежи Томской области утрачивает популярность.
2. Молодежь Томской области получает информацию о мире через Интернет, телевидение и глянцевого журналы.
3. У молодых читателей не развиты навыки критического осмысления информации, полученной из СМИ.
4. Форма и содержание СМИ не всегда адекватны специфике восприятия информации молодежной аудиторией.
5. Молодой читатель заинтересован в получении информации, но с трудом ориентируется в многообразии источников.

#### **Методы исследования:**

Количественные – опрос с помощью анкетирования.

Численность опрашиваемых – 300 человек.

## Медиаобразование: от теории – к практике

### **Массив опрошенных:**

Выборка сформирована таким образом, что в нее вошли юноши и девушки Томска и Северска в возрасте от 13 до 21 года, которые обучаются в образовательных учреждениях разных типов: общеобразовательные школы, гимназии, средне-специальные учебные заведения, гуманитарные вузы.

### **В частности, это:**

1. учащиеся 3-х городских общеобразовательных школ 14, 32;
2. учащиеся 1 гимназии (гимназия №1, г.Северск, Томская область);
3. студенты Томского политехнического профессионального лицея № 20;
4. студенты Северского профессионального училища № 10;
5. студенты 1-4 курсов ТГУ.

### **Цель исследования: выяснить роль СМИ в повышении уровня читательской компетентности молодежи**

### **В задачи исследования входило:**

1. Выявить наиболее востребованные молодежью информационные каналы.
2. Изучить специфику восприятия молодежью информации, получаемой из СМИ
3. Выяснить области применения молодежью информации, получаемой из СМИ.
4. Определить степень и характер участия СМИ в привлечении молодежи к чтению.

Итоги исследования должны привести к ряду управленческих решений. Как оптимизировать работу читателя с источниками информации; что необходимо предпринять, чтобы СМИ повышали уровень читательской компетентности; какие изменения следует внести в форму и содержание СМИ, чтобы сделать медиатекст адекватным для восприятия молодежью.

## Медиаобразование: от теории – к практике

### Информационные каналы, востребованные молодежью (см. таблицу 1)

#### Вопрос

Откуда Вы чаще всего получаете информацию? (здесь и далее в таблицах данные приведены в процентах к числу опрошенных)

**Таблица 1**

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. СМИ	64	65	54	66
2. Книги	21	21	4	46
3. Общение с педагогами	14	8	19	14
4. Общение с родителями	13	10	16	6
5. Общение с друзьями	62	56	68	60
6. Слухи	4	4	5	2
7. Другое	интернет: 16; везде 0,4	интернет: 27	интернет: 7; везде: 1	интернет: 14

По данным опроса, больше половины респондентов (64%) в качестве основного информационного канала предпочитают СМИ; почти так же востребовано общение с друзьями (62%); менее четверти респондентов (21%) выбрали ответ «книги». Самый высокий показатель тех, кто получает информацию из СМИ и книг (66 и 44% соответственно), – у студентов вузов. Следовательно, активное использование письменных источников информации свидетельствует о более высоком интеллектуальном уровне респондентов.

Наименьший показатель тех, кто получает информацию из СМИ, – у учащихся средне-специальных учебных заведений

## Медиаобразование: от теории – к практике

(54%). Вызывает тревогу и то, что студенты ссузов многократно меньше представителей других категорий респондентов обращаются за информацией к книге (4%). Можно сделать вывод о том, что у студентов ссузов меньше, чем у школьников и студентов вузов, развиты навыки освоения письменной информации. В то же время представители рассматриваемой группы респондентов больше информации получают в общении с родителями и педагогами (16 и 19% соответственно). Это может свидетельствовать о том, что им необходимы ориентиры в информационной среде, помощь компетентных лиц, которые могли бы дать нужную информацию и разъяснить ее. При этом школьники и студенты вузов претендуют, по данным опроса, на большую самостоятельность в получении и интерпретации информации, не нуждаются в обучении работе с источниками.

Необходимо отметить, что представители каждой категории респондентов в графе «другое» указали «Интернет». Это свидетельствует о том, что всемирная сеть воспринимается как особый источник информации, отличный от традиционных СМИ.

### Специфика восприятия молодежью информации, получаемой из СМИ (см. таблицы 2, 3, 4)

#### Вопрос

Какой вид информации в печатных СМИ

Вам легче воспринимать?

**Таблица 2**

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. Тексты	51	60	45	48
2. Заголовки	23	21	23	24
3. Фотоиллюстрации	35	36	40	28
4. Таблицы и схемы	8	7	7	10

## Медиаобразование: от теории – к практике

По данным опроса, половина респондентов (51%) из всех материалов СМИ, в первую очередь, усваивает текстовую информацию. На втором месте – фотоиллюстрации. Это свидетельствует том, что в прессе наряду с письменной информацией востребована информация визуальная, отвечающая запросам читателей с разными особенностями восприятия.

### Вопрос

Что остается в Вашей памяти после прочтения текста в СМИ?

### Таблица 3

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. Детали	18	14	20	22
2. Общая идея материала	65	70	55	68
3. Факты, цифры	25	28	25	14

По данным опроса, более половины респондентов (65%) при прочтении медиатекста извлекают из него общую идею. Следовательно, тексты современных СМИ эффективно выполняют задачу формирования представления о том или ином факте, проблеме, явлении. Наименьший показатель тех, кто после прочтения газетного материала запоминает его общую идею, – у студентов ссузов (55%). Это также свидетельствует о более низком по сравнению с представителями других категорий респондентов уровне их читательской культуры.

### Вопрос

Отличаете ли Вы объективно поданную информацию от субъективной?

### Таблица 4

## Медиаобразование: от теории – к практике

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. Да	43	35	40	64
2. Нет	4	4	5	2
3. Не всегда	37	40	40	26
4. Затрудняюсь ответить	16	21	15	10

По результатам опроса, почти половина респондентов (43%) отличают объективно поданную информацию от субъективной. Наиболее грамотно распознают цели коммуникатора студенты вузов (64%). Это свидетельствует о высоком уровне их читательской компетентности. У учащихся ссузов самые высокие показатели среди тех, кто ответил «нет» и «не всегда» (5 и 40% соответственно). Среди затруднившихся ответить больше всего школьников (21%). Это может свидетельствовать о том, что школьники чаще других не задумываются о том, что у коммуникатора могут быть скрытые цели, и информация может быть преподнесена с разных позиций и с разной степенью объективности.

### Области применения молодежью информации, получаемой из СМИ (таблицы 5, 6, 7)

#### Вопрос

В каких сферах Вы используете информацию, полученную из СМИ?

#### Таблица 5

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. В учебе / работе	32	38	31	22
2. В общении с друзьями	52	60	46	46
3. В повседневном быту	29	22	34	32
4. Другое	11	10	9	14

## Медиаобразование: от теории – к практике

Среди сфер жизни, в которых может использоваться информация СМИ, более половины респондентов (52%) выбрали общение с друзьями. Можно говорить о том, что современные СМИ дают молодежи достаточно тем для обсуждения. Школьники наиболее активно используют информацию в познавательном аспекте – общении и учебе; студенты вузов и ссузов наряду со сферой общения оперируют информацией и в прикладном аспекте – в сфере быта.

### Вопрос

Обсуждаете ли Вы информацию, полученную из СМИ, со своими сверстниками?

**Таблица 6**

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. Постоянно	12	10	12	18
2. Часто	40	46	31	48
3. Редко	43	39	52	34
4. Никогда	4	4	5	0

Подавляющее количество респондентов (более 90%) с разной активностью обсуждают материалы СМИ в кругу знакомых. Это свидетельствует о том, что информация, полученная из СМИ, наталкивает читателей на дальнейшие размышления и анализ. Почти равное количество респондентов (40 и 43% соответственно) обсуждают материалы СМИ со сверстниками часто и редко. Наиболее активны в плане обсуждения материалов СМИ студенты вузов, у них наивысшие по сравнению с другими аудиторными группами показатели по вариантам «постоянно» и «часто» (18 и 48% соответственно), представители этой же группы респондентов не дали ни одного ответа «никогда». Самая проблемная группа в этом отношении – учащиеся ссузов, у них наивысшие показатели по вариантам «редко» и «никогда» (52 и 5% соответственно).

### Вопрос

Каким образом прочитанное оказывает влияние на Ваше мировоззрение?

**Таблица 7**

## Медиаобразование: от теории – к практике

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. Не оказывает влияния	25	26	20	44
2. Не знаю, затрудняюсь ответить	4	3	6	0
3. Зависит от прочитанного, смотря что	11	11	10	12
4. Влияет сильно	18	21	19	6
5. Позволяет получить новую информацию, расширяет кругозор	16	16	19	12
6. Не дали ответа	23	21	28	
7. Иные варианты (плохое, засиляет лакшери, только политические новости)	-	-	-	2

По результатам опроса, информация не оказывает никакого влияния на четверть респондентов (25%). Наибольший показатель среди тех, кто дал такой ответ, – у студентов вузов (44%); кроме того, наименьшее число представителей этой категории респондентов (6%) призналось в том, что прочитанное влияет на них сильно. Это может свидетельствовать о скептическом отношении данной аудиторной группы к письменным источникам информации. Среди тех, на кого информация оказывает сильное влияние, наибольший показатель у школьников (21%); следовательно, они более восприимчивы к информации и могут стать для коммуникатора объектом манипулирования. Среди тех, кто благодаря прочитанному получает новую информацию и расширяет кругозор, наибольший показатель у учащихся ссузов (19%). Для этой аудиторной группы книги и печать эффективно выполняют свою задачу информирования и просвещения.

## Медиаобразование: от теории – к практике

### Степень и характер участия СМИ в привлечении молодежи к чтению (таблицы 8, 9)

#### Вопрос

По какому принципу вы выбираете литературу для чтения?

#### Таблица 8

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. Советы друзей	16	21	13	12
2. Рецензии и отзывы в СМИ	6	9	3	6
3. Личные предпочтения	80	79	77	90
4. Реклама	10	10	12	4

подавляющее число респондентов (80%) выбирают литературу для чтения исходя из личных предпочтений. Рецензии и отзывы в СМИ стоят на последнем месте по популярности (6%). Это свидетельствует о том, что СМИ утрачивают просветительскую функцию и роль популяризатора литературных произведений.

#### Вопрос

Мотивируют ли Вас СМИ к поиску дополнительной информации по заинтересовавшей вас теме?

#### Таблица 9

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. Постоянно	7	5	8	10
2. Часто	25	28	10	46
3. Редко	60	57	71	42
4. Никогда	7	7	11	2

Результаты опроса подтверждают вывод о том, что СМИ утрачивают просветительскую функцию и роль популяризатора чте-

## Медиаобразование: от теории – к практике

ния в молодежной среде: более половины респондентов (60%) СМИ редко мотивируют к поиску дополнительной информации. Несколько иная картина складывается при рассмотрении отдельных аудиторных групп. У студентов вузов наибольшие показатели среди тех, кого СМИ мотивируют на поиск информации постоянно и часто (10 и 46% соответственно) и наименьший показатель среди тех, кто дал ответ «никогда» (2%). Эти данные подтверждает мысль о более высоком уровне их читательской грамотности, развитых навыках работы с источниками информации. Почти три четверти студентов ссузов (71%) СМИ редко мотивируют на поиск информации, 11% респондентов выбрали ответ «никогда». Показатели у студентов ссузов подтверждают проблемность данной аудиторной группы в плане читательской компетентности и навыков работы с источниками информации.

### Вопрос

Что нужно изменить в печатных СМИ, чтобы Вы чаще их читали?

**Таблица 10**

Варианты ответов	среднее	школы	ссузы	вузы
1. Ничего	21	24	23	6
2. Изменить содержание (более интересные статьи)	17	20	12	16
3. Изменить форму (больше картинок, анекдотов и кросвордов)	13	10	16	12
4. Не знаю	8	6	12	6
5. Сделать более доступной по цене и по сети распространения	5	-	2	6
6. Много чего, все	-	-	3	0

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

7. Не дали ответа	24	30	23	12
8. Публиковать более объективную, правдивую информацию	7	5	-	20
9. Убрать рекламу	-	2	-	4
10. Актуальность	-	3	-	2
11. Убрать светские сплетни, язык попроще, независимость, бесполезно что-то менять	-	1	-	-
12. Мне все равно; фантастики побольше, убрать чернуху, язык попроще	-	-	1	-
13. Проще язык	-	-	-	6
14. Иные варианты: сократить, уничтожить вообще, сделать более патристичными, времени все равно не будет читать, приносить на дом	-	-	-	2

## Медиаобразование: от теории – к практике

### **Выводы:**

1. Активное использование письменных источников информации свидетельствует о более высоком интеллектуальном уровне коммуниканта. Так студенты вузов более самостоятельно и профессионально работают с источниками информации, чем студенты ссузов. Последние заинтересованы в получении новых сведений, но нуждаются в обучении методам поиска информации в многообразии источников и принципам ее интерпретации.

2. Несмотря на то что у молодежи есть потребность в текстовой информации, популярность чтения книг в данной аудиторной группе невелика. Во многом это связано с тем, что печатные СМИ утрачивают просветительскую функцию и роль популяризатора произведений литературы в молодежной среде.

3. Не все молодые читатели владеют навыками критического осмысления информации. Студенты вузов наиболее грамотно распознают цели коммуникатора, а школьники реже других понимают то, что информация может быть преподнесена с разных позиций и с разной степенью объективности.

4. Интернет как источник информации молодежь отделяет от традиционных СМИ. В сознании молодежной аудитории складывается особая схема восприятия гипертекста, обладающего более широкими возможностями подачи информации.

### Томский медиарынок и чтение: экспертный взгляд на проблему

#### **А.А. Кузичкин**

*начальник департамента*

*по культуре Администрации Томской области*

– Повышать интерес к чтению СМИ могут и должны, так как связаны кровными узами с литературным творчеством, и журналистика является его производным. Печатные СМИ привлечению к чтению практически не способствуют, так как за редким исключением не публикуют информацию о книжных новинках, мнения читателей и критиков о новых изданиях, дискуссий о литературном процессе.

Электронные СМИ от чтения просто отвращают, пропагандируя псевдокультуру посредством сериального «мыла» и ток-шоу с полосканием «грязного белья». Привлечь аудиторию к чтению удаётся «Томским новостям» (благодаря публикации топ-рейтинга литературных новинок), «Томскому вестнику» (благодаря Татьяне Весниной) и в какой-то мере «Красному знамени» (благодаря изданию литературного приложения «Мастерская»).

Только целевой бюджетный заказ на такого рода публикации и программы может сделать СМИ инструментом продвижения книги к читателям.

#### **С.И Никифоров**

*начальник департамента*

*по информационной политике и работе*

*с общественностью Администрации Томской области*

– Современные СМИ делают все, чтобы отвлечь людей от чтения. Лучший способ привлечь аудиторию к чтению – это яркие, интересные по мысли и по стилю тексты. Когда читатель начинает сочувствовать, сопереживать, или наоборот – протестовать, не соглашаться с тем, что написано. Все, что вызывает какую-то реакцию, заставляет человека и дальше искать по-

## Медиаобразование: от теории – к практике

добные тексты в этом или в другом издании. Этого в последнее время, особенно в региональных СМИ, становится все меньше.

Снижается роль СМИ как популяризатора литературы: о книжных новинках мы узнаем из Интернета или от друзей. Рубрики о новых книгах есть во многих изданиях, но трудно сходу назвать те, в которых эти новинки поданы оригинально.

СМИ – это часть общества, и если нет потребности аудитории в каких-либо материалах, журналисты не будут идти поперек. Если у массовой аудитории восторг вызывают передачи типа «Кривого зеркала», телеканалы будут ставить их, потому что они приносят рейтинг, рекламу и прибыль. То же самое и с печатными СМИ.

Все мы говорим о том, что современные СМИ должны просвещать, не должны размещать откровенно желтые материалы. Но СМИ становятся бизнесом и должны делать то, что приносит деньги. Другое дело – государственные СМИ, они должны выполнять просветительскую функцию. Но государственные СМИ являются таковыми только номинально. Они поставлены на одну планку с коммерческими и не имеют от государства преференций в части финансирования.

Самое главное – гражданская позиция редактора и редакционного коллектива. Если у редактора есть социальная ответственность, если он осознает, что, зарабатывая деньги, он должен сеять доброе, полезное и вечное, то всегда найдет возможность разместить в своем издании или эфире телеканала те материалы, которые направлены на это доброе и вечное.

Томские СМИ проводят много социальных акций, направленных на незащищенные слои населения, и этим убивают сразу двух зайцев: привлекают читательскую аудиторию и помогают обездоленным. Читательская компетентность же остается как-то за скобками: мы еще не осознаем всей сложности и опасности, когда читательская аудитория «скукоживается». И не то чтобы газеты становятся неинтересными, а люди отвыкают читать газеты. Они перестают не только черпать информацию, но и видеть в СМИ единомышленников, собеседников, не находят в них созвучия своим мыслям и идеям.

С одной стороны, печатные СМИ должны быть кровно заинтересованы в том, чтобы читательская компетентность повы-

## Медиаобразование: от теории – к практике

шалась; иначе будет один читатель и сотни газет. Не до всех руководителей СМИ доходит то, что нужно разрабатывать внутренние редакционные планы и стратегии по повышению читательской компетентности, находить такие приемы, которые способствовали бы расширению читательской аудитории, привлекать на свои страницы людей, обладающих грамотным русским языком, интересным стилем, умом и сообразительностью. Пока, барахтаясь в пучинах финансовых трудностей, до такой стратегической задачи они не доходят.

Сложность заключается в том, что сформулировать задачу повышения читательской грамотности очень сложно. Помочь обездоленным, помочь сиротам обрести семью, провести профилактическую кампанию против наркотиков – это понятно. А вот что такое читательская компетентность, пока еще сложно понять. Либо человек просто читает, либо он читает и действует, читает и анализирует, читает и участвует... Когда дело дойдет до конкретики, все обретет четкие формы, то СМИ будет проще: им нужно дать эти формулы, опираясь на них, средства массовой информации будут вырабатывать свои стратегии.

### ***Н.И. Счастливая***

*Главный редактор газеты Областной администрации  
г. Томска «Общественное самоуправление»*

– Если иметь в виду, что средства массовой информации точно так же оказывают услуги обществу, как образование и культура, то естественно ждать от них качественной услуги. Пока об этом качестве говорить не приходится, поскольку СМИ ориентируются на зрительский и читательский «интерес» аудитории. А публика, и молодежь в первую очередь, в эпоху «дикого капитализма» считает для себя интересным скандалы и происшествия, гламурные истории и откровенный эпатаж. И СМИ, чтобы выжить, вынуждены идти на поводу таких запросов. Если они будут писать и говорить о приоритетных национальных проектах, развитии гражданского общества, пропаганде здорового образа жизни, проблемах демографической политики – они просто обанкротятся.

## Медиаобразование: от теории – к практике

Следовательно, для повышения читательской культуры молодежи надо суметь совместить важные для общества темы и такую их подачу в молодежную аудиторию, которая бы не оттолкнула молодых людей, а привлекла.

Кроме того, молодого читателя нужно растить, заниматься его воспитанием, формировать его вкусы. В ежедневной текучке, погоне «за строкой» журналисты, редакции в целом, упускают этот момент. И тем самым упускают своего будущего «качественного» читателя.

Формы работы с читателями могут быть разными. Важно, чтобы у редакций, и в особенности у топ-менеджеров, была установка на эти контакты, возникла осознанная мотивация, понимание экономической целесообразности открытого взаимодействия со своей аудиторией. Когда журналистика примет идею о том, что в газете «главный» – не редактор, не директор и даже не инвестор, а читатель, тогда и перспективы у изданий будут совсем другими, вот тогда и можно будет говорить о повышении читательской культуры.

### Как вернуть молодого читателя газете и книге

*Рекомендации для редакционных коллективов,  
разработанные на основе результатов социологического  
исследования «Роль СМИ в повышении  
читательской компетентности молодежи»*

1. СМИ должны содействовать социальной зрелости подростков: развивать умение отстаивать свою позицию, обучать таким социальным навыкам, как коммуникабельность, уверенность в себе, самоуважение и эффективное взаимодействие с окружающими. Для этого необходимо:

- выпускать газеты, ориентированные на подростков и молодежь, или посвящать данной аудитории отдельные страницы в газете;

- выявлять интересы читателей посредством обратной связи и руководствоваться полученными данными при выборе тем материалов;

- свести к минимуму публикацию «светских сплетен» и криминальных материалов;

- уделять больше внимания темам культуры и искусства;

- публиковать только достоверную информацию.

2. СМИ должны выполнять образовательную и воспитательную функции. Способом решения этой задачи может стать публикация в газете творческих заданий, кроссвордов; проведение интеллектуальных игр, семейных конкурсов; внедрение элементов патриотического воспитания.

3. Способы подачи информации должны быть соотносимы с интеллектуальным уровнем читателя. Информация должна быть доступной и понятной, термины, которые могут быть незнакомы молодой аудитории, следует разъяснять на примерах.

4. СМИ должны больше внимания уделять местному контексту: специфическим проблемам данного города, района, школы, отодвигая на второй план жизнь столицы и зарубежных стран.

5. Информация, преподносяемая журналистами, должна быть объективной, незаурядно поданной.

## Медиаобразование: от теории – к практике

6. Молодежью востребована смелая позиция редактора и журналиста; для работы с молодежной аудиторией редакциям необходимо привлекать журналистов этой же возрастной группы.

7. В печатных СМИ необходимо использовать качественные фотоиллюстрации.

8. Несмотря на то что большинство газет существуют за счет рекламы, необходимо размещать ее в специальных рубриках, не перемешивая с журналистскими текстами.

9. Молодежью востребованы Интернет-версии традиционных СМИ.

10. СМИ, благодаря их массовости, следует использовать для популяризации чтения в молодежной среде и развития информационной культуры молодого поколения.

## Глава II. Опыт практического применения медиаобразовательных технологий с целью повышения читательской культуры

**Е. С. Бесова**

*педагог дополнительного образования*

*МОУ ДОД ДТДиМ*

### **Зачем подросткам юнкорские СМИ?**

В последнее время теоретики и практики много внимания уделяют вопросам становления и развития информационного общества. При этом и те, и другие постоянно твердят, что это самое общество не может существовать без медиаграмотного читателя. Радует то, что российский медиапользователь постепенно перестает воспринимать газеты, телепередачи, радиопрограммы по-старому – он не хочет быть пассивным потребителем информации и объектом манипуляций. Дети и молодежь России, как и взрослые, хотят иметь возможность самостоятельно выражать свое мнение, влиять на социальные процессы, добывать и перерабатывать необходимую для их жизни и принятия решения информацию. Форумы и блоги – это, конечно, все очень хорошо. Но на таких площадках, как правило, преобладают эмоции.

Анализ ситуации, сложившейся в молодежном информационном пространстве, позволяет утверждать, что в России на сегодняшний момент слабо развито единое молодежное информационно-аналитическое пространство. Но попытки восполнить данный пробел уже существуют. Ярким примером подобного является фестиваль «Волжские встречи» [1], организаторы которого стремятся решить проблему замыкания информации внутри отдельного региона путем создания информационно-аналитического юношеского агентства в рамках стран СНГ. «Проект «Волжские встречи» должен способствовать продолжению сотрудничества юношеских редакций, которое теперь несет развивающий характер. Взаимодействие редакций юношеских СМИ уже предусматривает начальный обмен информацией, представляющий взаимный интерес (об-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

мен газетами, учебными программами, методическими разработками, формами работы, наполнение данными созданного сайта начинающих журналистов [www.unpress.ru](http://www.unpress.ru)). Фестиваль «Волжские встречи» продолжает являться единственным мероприятием в СНГ, где постепенно проводится интеграция между юношескими СМИ России и стран СНГ. Только здесь различные подростковые издания имеют возможность систематично встречаться, проводить конференции и обмениваться собственным опытом» [1].

С необходимостью создания единого молодежного информационного пространства ученые и практики сталкиваются не только на уровне страны. Даже в отдельных регионах не всегда есть возможность объединять редакции. В Челябинской области еще в начале 90-х годов для объединения детских изданий, оказания поддержки и содействия реализации права детей на свободное выражение своих взглядов и для обмена опытом был создан областной фестиваль детских и юношеских СМИ «Журналина» (1992г.). В 1994 году (под эгидой общественной организации) появился Центр детских СМИ, который объединил областные, городские и районные пресс-теле-радиоцентры. Он включал в себя около 50 корреспондентских пунктов при областной газете «Здравствуйте!», 14 печатных изданий, выпускающих детские странички во взрослых газетах, 23 самостоятельных детских издания, четыре детско-юношеских программы на Челябинском телевидении, семь детских общественных видеостудии в области, несколько радиостудий и клубы юных журналистов. Деятельность Центра координировала Н. Л. Альварес, она же, позднее, стала и куратором областного фестиваля «Журналина». На последнем фестивале «Журналина-2008», который проходил в Увельском районе Челябинской области, собрались юнкоры 26 территорий (города и районы), а это 33 молодежных редакций.

В середине 90-х юнкорская пресса стала возрождаться скорее для того, чтобы хоть как-то занять подростков. Сейчас же акцент делается не на хобби, а на формировании активной гражданской позиции. За последние 15 лет юнкорское движение России не просто отлично заявило о себе, оно заняло одно из ведущих мест в системе социализации подрастающего

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

поколения. Сегодня детские и молодежные редакции учат подростков делать осознанный выбор, развивают творческую активность, позволяют получить опыт коллективной работы, формируют объективное восприятие жизни, дают представления о профессии. Здесь их учат мыслить, анализировать, собирать и обрабатывать информацию, различать факт и мнение.

В идеале, юнкоровская пресса имеет несколько назначений. Наряду с социализацией личности и профориентированием стоит возможность выражать свое мнение без оглядки на «взрослых». К тому же, все чаще и чаще о детской журналистике говорят как о первой ступени медиаобразования. И это не случайно, поскольку довузовское образование дает возможность подготовить юнкоров к экспертному восприятию университетского курса теории журналистики и теории жанров. Современность диктует свои требования, в том числе и к тому, как абитуриенты готовы воспринимать университетский курс: современный студент должен не просто пассивно внимать лекции преподавателя, а осмысливать сказанное, формируя собственную аргументированную точку зрения. Именно поэтому юнкоры, как будущие студенты факультетов и отделений журналистики, составляют не только сильную конкуренцию абитуриентам без особой, специальной подготовки, но и, без сомнения, могут стать более подкованными профессионалами своего дела.

По своей природе юнкоровские движения – это дополнительное образование детей. И есть замечательные примеры учреждений дополнительного образования детей, которые, понимая специфику подобных видов деятельности (сложность финансирования, недостаточно большая популярность среди подростков – в сравнении с хореографией) и необходимость в ней, выделяют ставки и помещения для занятий с детьми. В 1994 году Дворец творчества детей и молодежи Копейского городского округа (Челябинская область) выступил инициатором создания в городе Центра детских средств массовой информации «Я и Мы». Сейчас педагоги Центра работают по нескольким направлениям: периодическая печать (городская молодежная газета «Полосатая» и газета Дворца творчества детей и молодежи «Дворцовый переворот»), телевизионная журналистика (телестудия «Я и Мы»), радиожурналистика (радиостудия «Я и

## **Медиаобразование: от теории – к практике**

---

Мы») и интернет-журналистика (сайт Дворца творчества детей и молодежи в рамках программы ИСО – <http://74213sdt.edusite.ru> и электронная версия городской молодежной газеты «Полосатая» – <http://www.koreysk.info/news4/example/>). За 10 лет тираж «Полосатой газеты» с 200 экземпляров вырос до 5000 (для справки, население в г. Копейске составляет 140 тыс.чел.).

### **Литература**

1. Официальный сайт фестиваля «Волжские встречи». – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.vv.cheboksary.ru/>

**Е. И. Кузьмин**

*председатель Российского комитета  
Программы ЮНЕСКО «Информация для всех»*

### **Родители не знают, что предлагать читать своим детям кроме того, что читали сами**

**Интервью: Нина Тельцова**

Доступность и качество информации, мера ее освоенности гражданами – вот то, что во многом определяет прогресс в условиях глобального информационного общества. Один из наиболее продуктивных способов освоения информации о мире – чтение. О проблеме чтения в современном обществе речь пошла в интервью с председателем Российского комитета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех» Евгением Кузьминым.

**– Евгений Иванович, насколько тезис о построении общества знаний соответствует российской действительности?**

– По показателям готовности к информационному обществу Россия находится на 72 месте. Очень нехорошо, когда нас опережает Украина и Казахстан. Не так трудно проложить оптоволоконный кабель. Гораздо труднее готовить квалифицированных пользователей Интернета. Доля присутствия России в киберпространстве – 1-2 процента. А ведь полноценный член информационного общества должен не только уметь искать информацию, но и создавать собственный информационный продукт.

**– В связи с этим, какую проблему нужно решить в первую очередь: модернизировать сознание или модернизировать технологии?**

– Здесь приоритетов быть не должно. Для того чтобы обеспечить доступ к технологиям, нужно менять сознание. Люди должны понять, что технологии – это во благо. Нужно финансировать доступ людей к информации и технологиям – через институты,

## Медиаобразование: от теории – к практике

библиотеки, информационные каналы, учить людей, чтобы они умели пользоваться преимуществами технологиями. Обучение поиску информации должно стать специальным разделом образования, начиная с 1 класса. Причем учителя, преподающие разные дисциплины, должны владеть методами формирования информационной культуры. Например, обучая истории, – формировать у человека потребность в исторической информации, чтобы он знал, где именно она есть, кто эту информацию и с каких позиций предоставляет в Интернете и в газетах.

### **– При новых возможностях доступа к информации как меняются приоритеты в выборе литературы для чтения?**

– Социологические исследования показывают, что родители не знают, что предлагать читать своим детям, кроме того, что читали сами. До эпохи глобального информационного общества родители и дети на протяжении трехсот лет читали одно и то же, и это было вполне допустимо. Зачем двести лет назад читали Купера? Затем, чтобы представить, как выглядит индеец, как индейцы воевали с белыми, как выглядит природа. И, кроме книги, откуда ребенок мог это узнать? Сейчас дети видят это с двух-трех лет на телеэкране, в компьютерных играх, и можно понять, почему им в возрасте двенадцати лет неинтересно читать про мушкетеров. Они все это видели. Их интересуют другие вещи, и родители не готовы к осмыслению того, что их ребенок уже поймал, а что ему не хватает. Нет и авторов, которые могут писать для детей.

### **– Судя по вашим словам, молодежь сделать шаг в информационное общество готова. А как сориентировать в информационном пространстве старшее поколение?**

– Создавать специальные курсы. А для этого надо чтобы СМИ пропагандировать эту идею. Журналисты должны найти слова, мотивирующие читателей на познание той реальности, в которой мы уже частично живем. Есть много журналистов, которые освещают проблемы промышленности, социального сектора, культуры, спорта. Но проблема развития информационного об-

## Медиаобразование: от теории – к практике

щества в России в массовой журналистике освещается крайне недостаточно. Журналисты не поняли, в чем острота проблемы и какими словами эти проблемы излагать, чтобы заинтересовать редактора.

### **– В чем причина этого непонимания?**

– Дело в том, что люди, которые могут интересно писать об этом, в большинстве своем находятся в возрасте после 50 лет. Они и технологиями не владеют, и в бедности живут. У нас профессор, доцент и преподаватель университета – это синоним бедности. Это глубокий беспорядок, когда специалисты, которые обеспечивают конкурентоспособность России, ее экономики, политики и культуры, – это люди бедные. Бедность – это образ жизни, взгляд на мир, ограниченные возможности.

### **– Какую роль в развитии информационной культуры играет молодежная журналистика?**

– На молодых журналистов общество должно уповать. Именно они, будучи высокообразованными людьми, начнут грамотно, честно освещать все проблемы общества и показывать, какие у человека есть возможности лучше адаптироваться и лучше организовать свою жизнь, чтобы обеспечить счастливое детство своим детям. Мы получим несправедливое, неудовлетворяющее нас общество, если не будем целенаправленно влиять на процессы, происходящие в современном мире, и отдадим их на откуп стихийному развитию событий. Если журналисты будут стремиться к тому, чтобы внедрять в сознание общества идею о необходимости равного доступа к качественному образованию для всех, включая использование для этого новых информационных технологий, то роль журналиста будет высоко оценена.

**В.А. Куренкова**

*учитель русского языка*

*и литературы гимназии г. Северска*

### **Использование медиаобразовательных технологий в формировании детской творческой инициативы**

В Северской гимназии вот уже более десяти лет педагоги работают с детской творческой инициативой. Учащиеся пишут исследования, создают авторские работы, проекты. История создания СМИ началась с отдельного проекта школьной газеты «Большая перемена», и на сегодняшний день процесс формирования медиа-холдинга еще нельзя считать завершенным. Но прежде чем рассказать о результатах создания и реализации этого масштабного проекта, сначала я хотела бы привести некоторые теоретические выкладки о целях создания медиа-холдинга и о его структурных подразделениях.

#### **Цели медиа-холдинга:**

1. Информирование школьников о школьных проблемах и путях их решения, о деятельности ученического совета, об ярких событиях и достижениях, об учениках и учителях.
2. Привлечение учащихся к работе школьных СМИ.
3. Взаимодействие с внешкольными СМИ, участие в фестивалях юных журналистов.

#### **В медиа-холдинг входят:**

- 1) газета «Большая перемена». Год основания: 1999.  
Периодичность: 1 раз в четверть. Газета для подростков с 5 по 11 класс. Выполняет функцию неформальной летописи школы, является средством обсуждения различных школьных проблем.
- 2) приложение к газете «БП» – «НБП», то есть «Новости без передышки». Год основания: 2002. Периодичность: по событиям. Выходит в целях повышения оперативности издания «Большая перемена» в качестве новостного приложения.
- 3) «Экран». Тип СМИ: газета. Год основания: 2002. Газета «Экран» является изданием пресс-центра, работающего во время важных событий в жизни гимназии и города. Сюда входит, прежде всего, освещение ежегодного открытого городского мо-

## Медиаобразование: от теории – к практике

лодежного Форума, который проводится в Северной гимназии. Основу коллектива пресс-центра составляют журналисты детского медиа-холдинга гимназии, но в его работу постоянно привлекаются и юные журналисты других школ города Северска.

4) «Переменка». Тип СМИ: газета. Год основания: 2003. Периодичность: один раз в четверть. Газета для учащихся начальной школы и младших подростков. Каждый номер посвящается определенной теме: дружба, животные, интересные случаи на уроках и переменах. Разнообразны жанры работ: это рассказы, рассуждения, сказки, стихи, рисунки. Данная газета дает возможность реализации интересов детей в области литературного творчества, позволяет освещать повседневную жизнь учеников.

5) «Два крыла». Тип СМИ: журнал. Год основания: 2003. Периодичность: 1 раз в год. Журнал отражает интересные события из жизни гимназии, рассказывает о ярких людях (учениках и учителях), поднимает важные проблемы молодежи, освещает участие гимназистов в конкурсах, олимпиадах, соревнованиях. А в альманахе «Апрель» публикуются литературные (прозаические и поэтические) произведения гимназистов. Работа в редакции журнала позволяет значительному числу детей и взрослых проявить себя в журналистских и литературных жанрах.

6) «Молодежное время». Тип СМИ: телекомпания. Год основания: 2005.

Периодичность: по событиям. Команда юных журналистов создает молодежные теле- и шоу-программы, в которых раскрываются жизненные позиции наших гимназистов, рассказывается о реализованных детских проектах, освещаются яркие мероприятия. Школьники узнают специфику работы телестудии, учатся создавать телерепортажи, осваивать новые способы и умения, освещают жизнь гимназии, пробуют свои силы в привлекательном для молодежи творчестве.

У каждого детского проекта есть руководитель-педагог. Система организации сопровождения подвижна, и педагоги могут, как и дети, пробовать себя в разных направлениях работы медиа-холдинга.

Таким образом, дав некоторое внешнее представление о реализации проекта создания медиа-холдинга в нашей гимназии,

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

я хотела бы описать свою собственную историю работы с детской творческой инициативой в организации школьных СМИ.

В 1997 учебном году я в качестве учителя русского языка и литературы вела уроки в 5 классе, где классным руководителем была И.С.Мирошникова. В этом классе учились Катя Селиховкина, Полина Баранова и много других творческих девочек и мальчиков. Именно им принадлежит идея создания детской школьной газеты. Как учитель русского языка я взялась обучать детей (в рамках дополнительного образования) основам журналистики, своеобразию газетных жанров. Возможно, это было непрофессионально, но даже внутри одного класса образовались конкурирующие издания пока еще настенных газет.

Рост газеты и детей (интеллектуальный, коммуникативный, креативный) происходил быстрыми темпами. Для обучения детей были привлечены специалисты (доцент факультета журналистики ТГУ Ю.Н. Мясников, Анна Цырфа, Анна Куринная, студенты факультета журналистики Е. Слюсарчук, фоторепортер П. Арсеньев), обучавшие детей профессиональной работе журналиста. Ребята осваивали разные виды деятельности: интервьюирование, конструирование текстов, верстку. Конечно, большую роль в поддержке детской инициативы иметь школьную газету оказала директор Северной гимназии С.П. Шуляева.

Газету «Большая перемена» стало не стыдно представлять на городские и региональные творческие конкурсы: «Летающий жираф», «Золотое перо». Я при газете выполняла скромную функцию корректора и в то же время, в качестве руководителя школы–лаборатории «Филология» удерживала направление «Журналистика», которая имеет мощную филологическую основу. Была организована довузовская подготовка не только к творческому конкурсу, но и к сдаче основных предметов на факультет журналистики (сочинение, русский язык). На базе Северной гимназии в рамках проведения Фестиваля СМИ организуется и по сей день олимпиада для юных журналистов, результаты которой засчитываются при поступлении на факультет журналистики ТГУ.

Таким образом, обычный детский проект создал мощную базу для профессионального самоопределения школьников и явилась площадкой для других школ города, которые участвуют во

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

всех этапах подготовки к Городскому Молодежному Форуму, в Апрельском Фестивале СМИ и в работе пресс-центра «Экран».

Дважды я выступала в роли организатора и координатора Фестиваля СМИ. Скажу честно, работы было много, но работать с ребятами легко. Главное, не навязывать им свое мнение, а только слегка направлять их энергию и инициативу в нужное русло. А в смысле идей, выдумок и творчества у детей может поучиться любой педагог. Для детей очень важен момент самореализации и признания. На фестивале они все это получали сразу в виде готового продукта – своей статьи в «Экране», дипломов и подарков от спонсоров Фестиваля.

Вот несколько цитат из статей участников события «Фестиваль СМИ»:

«Честно признаюсь: ехала наобум. От одноклассницы узнала об олимпиаде по журналистике, записалась, поехала. И попала на форум! Всей толпой бежим в актовый зал. Попали на самый конец открытия. Ну, ничего. 401 кабинет. Пресс-центр. Бегом! Нам объяснили наши задачи. Ну что ж, ручки, бумага – все здесь. Быстрее в актовый зал, там сейчас будет круглый стол с членами Молодежного парламента. Забегаем. Никого нет. В смысле членов парламента. Таблички: Наталья Обухова, Андрей Жидков, Николай Безбородов...Фамилии, честно признаюсь, незнакомые. Интересно, интересно...ура! Начинается! Нас познакомили.

О, так это молодые депутаты! Отстаивают интересы молодежи. Теперь я знаю, кто является моим представителем в Госдуме. После пресс-конференции делаю для себя важный вывод: политика – не мое! Ну что ж, побегу набирать и редактировать свою небольшую заметку. А впереди меня ждет мастер-класс и самое главное, олимпиада по журналистике. Всем удачи (и мне), пока!» (Екатерина Путилова, г. Томск, лицей №11).

Однажды я как классный руководитель столкнулась с проблемой массового исправления учащимися оценок за четверть на более высокие. Обман был раскрыт, родители по каждому конкретному случаю были поставлены в известность. Этот негативный факт был переведен в позитивный, продуктивный опыт. Мы сняли телевизионную программу «Ток-Шоу «Тинейджер XXI века» под названием «Учитель – возмутитель семейного спокойствия». Было создано особое коммуникативное простран-

## Медиаобразование: от теории – к практике

ство, где учащиеся активно высказывали свои точки зрения на общую проблему, а кто чувствовал себя виноватым, не рискуя быть разоблаченным публично, спокойно предоставил свои письменные отзывы по данной проблеме ( фамилии, конечно, не назывались, да это и не важно, так как разговор шел не о частном случае, а о проблеме, которая волнует всех).

Таким образом, негативная ситуация была направлена в нужное русло, а учащиеся стали не только участниками, но и авторами нового интересного проекта, в рамках которого была снята еще одна передача «Безопасность детей в школе». Тема была предложена во время первого «Ток-Шоу» одним из его участников со стороны родителей В.А.Жидких.

В качестве руководителя проекта я помогла детям организовать коммуникативное пространство с привлечением средств массовой информации (Северское телевидение включилось в совместный проект, и обе передачи транслировались по Северскому телевидению).

Это была событийная ситуация, так как все этапы работы при создании фильма мы проживали с учениками совместно. Темы, интересующие детей, выстраивание диалога, раскодирование передачи, создание словесного сценария дети делали самостоятельно. Я как педагог только контролировала культуру коммуникации: на передачу были приглашены люди-держатели определенных позиций, во время диалога участникам предлагалось отрефлексировать свои знания, опыт; в качестве экспертов выступали представители общественности, компетентные в решении вопросов, интересующих детей.

Данный проект был удостоен Гран-при на Первом городском Фестивале видеофильмов «Родина детства», который проводился в рамках Городского молодежного Форума.

Из высказывания эксперта В.М.Костина, в то время главного редактора ГТРК, доцента ТГУ, кандидата филологических наук: «Полагаю, что периодическая программа «Тинейджер–XXI века», ориентированная на телевизионный жанр, представляет собой очевидно продуктивную инициативу. Во-первых, с профессиональной точки зрения, она дает опорные навыки журналистской работы, причем, по полному телевизионному профилю. Ребята выступают сценаристами, операторами, ведущими, режиссерами. Во-вторых, что

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

может быть более важно, она превращается в стабильный орган школьного самосознания – на нее выносятся самые острые проблемы взаимоотношений детей друг с другом, с обществом, со взрослыми. А сама форма свободного и непредвзятого обмена мнениями безусловно способствует объективному статусу разговора, создает атмосферу взаимного доверия (чего нам с детьми так недостает в обычных привычных рамках общения с ними). Вместе с тем, наличие такого школьного «вече», конечно же, воспитывает более ответственное отношение и к слову, и к делу – и у детей, и у взрослых. И не надо бояться открыто говорить о «больных» вещах – правду не спрячешь, во всех школах она одна и та же (это к вопросу о «вынесении сора из избы»). Умный поймет, а ребенок только уважительней будет относиться к педагогу, ко взрослому, который разговаривает с ними прямо, без фарисейских обиняков. Хочется подчеркнуть, что педагогический эффект от этой затеи может и должен быть для нас важнее, серьезнее, чем непосредственно дидактическая его составляющая».

А вот мнения самих ребят: «Мы стали участниками данного проекта, потому что, участвуя в ток-шоу, мы можем обсудить те проблемы, которые нас волнуют. Урок литературы, на котором эти проблемы возникают, не всегда позволяет обсудить их, так как главное на уроке – это работа с текстом, который дает нам знания о самих себе, но рамок урока недостаточно, чтобы обсудить эти знания. Мы считаем, что проблемы, которые нас волнуют, являются актуальными, и нам необходимо найти их решение. И очень хорошо, что мы сумели организовать такое внеурочное коммуникативное пространство, где можно говорить о том, что нас волнует.

Интересующие нас проблемы, которые мы хотим обсудить и вынести на ток-шоу обладают социальной и общественной значимостью. Мы чувствуем, как проект набирает силу, сплывая вокруг все большее количество ребят.

Снять фильм оказалось очень сложным процессом, каждый этап работы был трудным. Много времени заняла подготовительная работа: анкетирование, в результате которого мы сузили проблему безопасности подростков до безопасности в школе, так как в процентном отношении именно это волнует ребят больше всего.

В ток-шоу могли участвовать все желающие, но приглашение получили только те ребята, кто имел какую-то определенную

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

позицию. Сама передача снималась в воскресенье, чтобы ничто не отвлекало, и мы могли полностью сконцентрироваться на проблеме, которая нас волнует. Интересно было само общение со взрослыми: учителями, родителями, представителями общественности. Съемка велась с трех камер: Одна была направлена на взрослых, другая на детей, а третья на общий план.

Процесс раскодирования занял чуть больше недели. Мы взяли одну из кассет, в которой камера была направлена на детей, выписали хронологию, отметили более интересные высказывания и дословно их прописали. Затем выписанные реплики прописали и выстроили в смысловом порядке, тем самым составили словесный сценарий, на основе которого вывели определенные сюжетные линии:

1. физическая безопасность подростка в школе и вне нее;
2. психологическая безопасность подростка.

Сняли экспертную группу за кадром. В нее входили: юрист, врач, священник. Нам пришлось проявить немало терпения. Труднее всего было попасть к ординатору детского хирургического отделения. Сделали хронометраж словесного сценария, то есть прописали, на какой минуте какой кадр записан и сколько времени он занимает.

Самой сложной частью была заключительная – монтаж. Мы соединяли разрозненные кадры, выявляя их определенную взаимосвязь по содержанию, создавая единство эпизода и фильма в целом: сначала взяли кассету, по которой делали раскодирование и с помощью словесного сценария составили звуковой фон. После этого стали накладывать на звук наиболее удачные кадры. Сложность этого процесса состояла в том, что было очень трудно найти нужное место на других кассетах, так как звука на них не было и иногда приходилось даже читать по губам. Далее мы включили в ток-шоу монологи экспертов и дополнительные сюжеты из жизни школы. Заключительная часть была интересной и довольно кропотливой, она заняла 8 часов.

Фильм получился. Тема – социально значимая. Мы освоили определенную культуру деятельности: научились вести диалог, т.е. освоили культуру коммуникации; разобрались с определением позиций и пригласили людей, удерживавших определенные позиции: кто пострадал, кто являлся причиной, преподаватели,

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

которые отвечают за безопасность детей в школе; родители, переживающие за своих детей. Освоили принципы толерантности, т.е. терпимости к чужим точкам зрения. Отрефлексировали свои поступки, мысли. В этом участвовали все присутствующие.

Проблема безопасности так взволновала нас, что мы написали еще исследование на литературную тему, так как в русской художественной литературе тема детской жестокости является сквозной (В.Железняк «Чучело», П.Ф.Нилин «Жестокость»). Но больше всего нам понравилась повесть Ю.Тендрякова «Ночь после выпуска», в ней наиболее ярко выражена интересующая нас проблем, где физическая безопасность подростка зависит от его психологического состояния.» (Ю.Мархонько, А.Завадская, Ю.Гусаковская).

Из участников проекта две ученицы поступили на факультет журналистики,

остальные получили бесценный опыт и знания, востребованные в любой сфере деятельности. Вот так происходит перетекание учебного процесса в образовательное событие.

В настоящее время профессиональную подготовку текстов к верстке организует студентка 5 курса факультета журналистики Томского государственного университета Анна Котова. С ее появлением в Северской гимназии активизировалась работа с детьми, более оперативно, своевременно стали выходить «Новости без передышки», профессионально организуется работа пресс-центра в рамках городских и школьных событий.

17 октября Северскую гимназию посетили более 20 журналистов из Томска. Их поразил размах нашего медиа-холдинга. «Для меня это в новинку,– призналась Татьяна Абрамова, редактор газеты «Томский кабельщик».– В моем детстве такого не было. Да, мы делали школьные стенгазеты, но я никогда, ни разу в своей жизни не видела такого средоточия различных молодежных СМИ в одном месте. Очень радуется, что дети проявляют такой живой интерес к работе журналиста. Хочется, чтобы как можно больше ребят этим интересовались. А еще я очень удивлена тем, как умело ребята используют слова «журналист», «редактор», СМИ»...Даже когда я училась в университете, мы использовали только слово «корреспондент».

Эти поразительные достижения – результат со-творчества детей и педагогов Северской гимназии.

**Н.В. Игловская, И.А. Сенникова, И.А. Чукина**  
*МОУ «СОШ № 84», г.Северск Томской области*

### **Инновационно-проектная деятельность образовательного учреждения по формированию информационно-сервисной службы как отражение актуальных требований времени**

Школа в современных условиях перестаёт быть просто образовательным учреждением. Нужны новые, более эффективные подходы к её позиционированию на рынке образовательных услуг. Важной в этом плане становится информационная работа как внутри, так и вне школы. Нельзя недооценивать необходимость подобной деятельности – реформа образования ставит школу в жёсткие условия, когда выбор образовательного учреждения остаётся за учеником и его родителями. Это значит, что педагогический коллектив может и должен внедрять инновационные проекты для улучшения качества образования и эффективного представления себя на фоне других образовательных учреждений.

В этих условиях становится понятной идея формирования собственной информационной службы, структура которой должна удовлетворять как внутренним, так и внешним потребностям школы. Такая комплексная деятельность призвана интегрировать все виды совместной работы педагогов и учащихся в целостный процесс, обеспечивающий реализацию целей и задач по освоению социокультурных ценностей общества, развитию гуманистических отношений и нравственных качеств личности учащихся с учетом их индивидуальных особенностей, интересов и способностей.

Основой становится школьный пресс-центр, в состав которого входят ученики средних и старших классов, заинтересованные учителя.

Ведущий тип деятельности – формирование информационного поля школы, единого для всех участников образовательного процесса. Основной целью работы пресс-центра является формирование языковой и коммуникативной компетенции уча-

## Медиаобразование: от теории – к практике

щихся в рамках внеурочной деятельности, освещение школьной жизни в рамках создания школьных СМИ (газеты и журнала), до-несение до читателя сведений о деятельности всех участников образовательного процесса, «снабжение» их новой, актуальной информацией.

В рамках работы школьного пресс-центра решается целый комплекс задач:

1. Формирование осознанной мотивации учебной деятельности учащихся;
2. Ориентация воспитательной системы школы на максимальный учет потребностей, интересов и склонностей учащихся;
3. Стимулирование познавательной деятельности учащихся;
4. Создание для учащихся социокультурной среды;
5. Развитие творческих способностей учащихся;
6. Поддержание стремления к самостоятельной деятельности и самообразованию;
7. Поощрение творческого использования жизненного опыта ребёнка;
8. Способствование профессиональному самоопределению учащихся.

Диагностика результатов работы предполагает демонстрацию достижений обучающихся на разного рода конкурсах, фестивалях.

В результате постоянной работы над газетой и журналом юные журналисты налаживают контакт с администрацией, представителями родительского комитета, сотрудниками музея и ДР «Надежда», функционирующими в нашей школе. Определяется и целевая аудитория, на которую ориентированы школьные СМИ – учителя, ученики и их родители. В дальнейшем планируется расширить круг читателей – это пенсионеры, старейшие работники школы, жители близлежащего района.

Но функции школьного пресс-центра не сводятся только к созданию своего печатного органа. Осознаётся важность систематической работы со стендами, размещёнными в школе, на которых помещена информация об истории создания школы, её основных функциях, структуре, дополнительных образовательных услугах. Не менее важной является презентация на стенде достижений учащихся и педагогов, формирующая чув-

## Медиаобразование: от теории – к практике

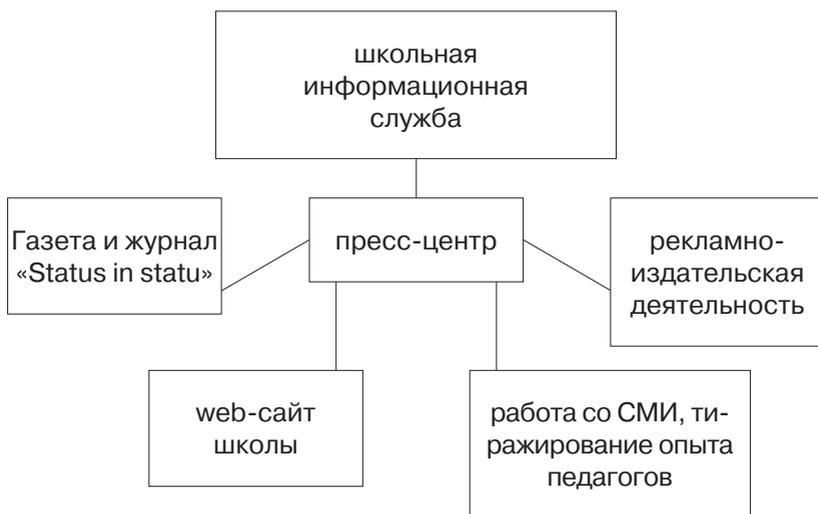
ство гордости за свою школу. Эта работа позволит любому человеку, посетившему образовательное учреждение, ближе познакомиться с ним, получить все необходимые сведения.

Современная информационная служба школы невозможна без функционирования официального web-сайта. Через него транслируются новости, размещается официальная информация, особое внимание уделяется интерактивной связи с посетителями. На этом ресурсе родители и другие заинтересованные лица могут найти все необходимую им информацию.

С целью формирования положительного имиджа школы действует сотрудничество с городскими СМИ.

Одним из актуальных направлений школьной информационной службы становится работа по тиражированию инновационного опыта педагогов школы через серию статей в различных информационных сборниках.

В целом информационная служба школы выглядит так:



## Медиаобразование: от теории – к практике

---

**О.Г. Никиенко**

*заведующая отделом гуманитарной инициативы  
ОГУК ТОУНБ им. А.С. Пушкина*

### **О бедном поэте замолвите слово...**

Тревога по поводу того, что читать стали меньше, беспокоит сегодня книгоиздателей, писателей, и, конечно, нас, библиотекарей. Уменьшение спроса на книгу приведет кого-то к убыткам, кого-то к потере рабочего места... Тема эта не новая, обращаться к ней неинтересно, потому что утратить интерес к чтению сегодня легко, а привить его очень трудно. И нет таких служб, которые могли проблему решить. А между тем, именно слово связано с сущностью человека как существа разумного. В чтении проявляется духовная активность человека, идет наращивание его культурного слоя, а «чем глубже в человеке культурный слой, тем более он защищён от механизмов манипуляции его сознанием, тем больше для него возможностей свободного осмысления жизни, тем более мотивирован его экзистенциальный выбор»[3]. Только книга дает нам образование и самостоятельность, делает нас внутренне свободными.

В Томске литературная жизнь началась во второй половине 19 века, расцвет ее пришелся на начало 20 века, когда одновременно в нашем городе жили и творчески работали Г. Гребенщиков, Г. Вяткин, В. Шишков, В. Долгоруков, В. Не-Крестовский, С. Синегуб, И. Тачалов. В Томск приезжали и выступали публично К. Бальмонт, Сологуб, Д. Бурлюк. В городе ставились новейшие отечественные и зарубежные пьесы, газеты из номера в номер публиковали стихи, прозу, переводы публицистику, отзывы о новых книгах. Как эта литературная жизнь столетней давности отличается от сегодняшнего дня. Томск стал на некоторое время литературной столицей Сибири. Здесь формировалось общесибирское литературное сознание. Вдохновленная Г.Н. Потаниным, творческая молодежь в своих произведениях решала вопрос «чем может быть Сибирь в судьбах страны и мира» [1].

Этот вопрос по-прежнему остался. А, возможно, стал еще более острым. Превратились в глухие места, куда не на чем

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

доехать, сотни сибирских сел и деревень. Молодежь, получив вузовские дипломы, не может найти никакой работы, кроме продавца или грузчика. Нищета стариков видна повсюду. Больших вопросов не счесть. Чтобы обратить на них внимание общества, заставить хотя бы задуматься – нужны люди, владеющие пером. Только кому они нужны? Чиновникам? Предпринимателям? Государству?

В новом справочнике «Томские писатели» мы найдем 38 имен, в городе работают более десяти литобъединений, которыми руководят Б. Климычев, С. Яковлев, Е. Клименко, А. Рубан и другие известные поэты и прозаики. В Интернете мы найдем много вполне достойных художественных произведений, подписанных именами томичей.

То, что книга прозы Владимира Костина вошла в десятку лучших книг 2008 года и номинирована на самую престижную национальную литературную премию «Большая книга», событие очень радостное... Оно говорит о том, что в городе живет замечательный мастер слова, о котором многие ничего не знают, книг его не читали, а книги эти о нас, томичах, об истории города. Свои «Годовые кольца» он опубликовал на собственные сбережения и хватило этих сбережений на 200 экземпляров!

Сегодня в Томске работают прекрасные писатели – Вадим Максеев, Эдуард Бурмакин, Сергей Данилов, Борис Климычев, Галина Климовская, Тамара Каленова. Они пишут честные правдивые книги о человеческих судьбах, прожитых в Сибири, на страницах оживает наш город, его улицы, люди. Любой читатель обогатит свое представление о нашем крае, его прошлом и

А как хороша томская фантастика! Недавно один из наших читателей признался, что во многом любовь к городу сформировали в его душе книги В.Д. Колупаева: «Он дал мне представление о Томске как о чуде».

Между тем, суждения о наших авторах примерно такие: «писательская насквозь прогнила», «томские писарчуки нынешнего времени вообще не могут быть интересны, за редким исключением» и т.д. Такие мнения распространены среди местных филологов, журналистов, учителей. «В Томске мне не очень комфортно, это трудный для жизни город – город амбициозных людей», – так в одном из последних интервью определил свое

## Медиаобразование: от теории – к практике

положение в Сибирских Афинах Владимир Костин. Конечно, у наших авторов есть и курьезные, и малохудожественные, и просто графоманские книжки, но в целом, на мой взгляд, уровень нашей томской словесности достаточно высок, здесь надеются пробиться в «большую» литературу десятки хороших и разных талантливых людей. Им необходимо помогать хотя бы для того, чтобы не повторились трагедии великолепных поэтов Михаила Орлова (1949-1986), Макса Батурина (1965-1997), Владимира Брусьянина (1953-2000), Владимира Антуха (1953-1995).

Сегодня нам нужны культуртрегеры, которые помогли бы обществу узнать своих авторов, пропиарить их лучшие книги, рассказать о событиях литературной жизни. Нужны литературные конкурсы, фестивали... Организаторами такого рода вполне могут стать наши томские средства массовой информации – телевидение, радио, газеты, библиотеки. Пусть писатели и поэты почаще выступают, высказываются на самые разные темы, рассказывают о своих книгах. Средства для этого искать сообща. Уверена, что не только футбол и КВН, но и литература заслуживает серьезной финансовой поддержки.

Формировать интерес к подлинному искусству, к книге не просто. Ситуация с чтением, действительно, не простая, мы можем потерять интерес к книге, едва ли не самому великому из созданий человеческой культуры, навсегда. А о последствиях этой гуманитарной катастрофы думать не хочется...

### **Литература**

1. Казаркин В.П. Вехи литературной жизни Томска//Томские писатели. – Томск, 2008.
2. Костин В. Благородных мужей не хватает...: Интервью / Записала О. Рычкова // Российская газета. – 2008. – 22 авг.
3. Николаева О. "Поэзия – одна из форм духовной активности человека" // – [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://lit.1september.ru/articlef.php?ID=200801115>, свободный.

**С.А. Хатькова**

*учитель русского языка и литературы МОУ  
«Кисловская СОШ» (Томский район)*

### **Феномен «нечтения»**

«Люди XXI века перестали читать. Кто виноват? Что делать?» – сегодня эти вопросы задаются настойчиво и во всеуслышание, но с разной степенью искренности и интенсивности. Больше всех волнуются и переживают люди, чьи профессиональные интересы этот самый феномен «нечтения» затрагивает самым непосредственным образом: работники культуры, образования и, в первую очередь, учителя и библиотекари. Одни в отчаянии заламывают руки, оглядываются на свое собственное прошлое, в котором книга занимала одно из центральных мест, и готовы констатировать чуть ли не смерть этой самой книги.

Действительно, проводящиеся опросы неутешительны. Согласно данным, среди читающих детей 5-6 лет Россия занимает третье с конца место среди развитых стран, опережая лишь Чехию и Германию. На первых местах – Канада и Англия, где активно читают 72% и 74% дошкольников, тогда как у нас – 44%.

Среди читающих детей 7-10 лет мы не вошли в десятку «продвинутых» стран.

В категориях читающих детей 15 лет и молодежи от 18 лет мы на первом месте... с конца.

Если взять активных читателей, то, имея их всего 23%, мы занимаем третью позицию снизу. Лидерами «сознательного и активного чтения» сегодня являются Италия, где постоянно читают качественную литературу 52% взрослых, и Франция – 46%.

Другие пытаются определить причины происходящего, уровень «беды» и увидеть перспективы и способы развития чтения. Хотелось бы на этом остановиться подробнее.

Одной из причин снижения интереса к чтению в нашей стране, наверное, можно назвать процесс «инфляции» слова в российской истории XX века. Слишком уж часто с помощью красивых слов, лозунгов, программ в течение последнего столетия обманывали наших соотечественников, слишком

## Медиаобразование: от теории – к практике

часто печатное слово становилось привлекательной этикеткой опасных экспериментов. За словом стоял противоположный, часто кровавый смысл.

Сегодня недоверие к слову продолжает воспитывать реклама, которая демонстрирует, что умение жонглировать звуками, буквами, словами, фразами – это просто способ «раскрутить» потребителя, а не способ дать исчерпывающую и достойную уважения информацию.

Литература в своем распоряжении имеет только слово, поэтому то, что происходит со словом в других сферах человеческой жизни, отражается на литературе самым непосредственным образом. Когда-то чтение воспринималось как необходимая часть жизни любого человека, стремящегося быть культурным и образованным. Сегодня этот образ как-то размылся, понятия «культура» и «образование» потускнели. Сегодня более востребованными являются категории моды и престижа. Наверное, с этим можно бороться, но можно и ими воспользоваться для продвижения книги. Средства массовой информации могут сделать процесс чтения модным и престижным, стоит им только этого захотеть. Все зажженные ими звезды «должны» полюбить читать и кричать об этом как можно чаще и громче, появляться на обложках глянцевого журнала с книгой в руках, делиться глубокими мыслями по поводу прочитанного, пусть даже эти мысли будут написаны другими. В журналах и интернет-изданиях появляются подобные небольшие сюжеты, звезды чаще всего называют либо что-то из школьной программы, либо что-то из массовой литературы, но все равно можно надеяться, что несколько человек все же побегут и прочитают названную книгу.

Еще одной из причин снижения интереса к книге стало появление других, более зрелищных видов искусства. Разве легко соревноваться скромной литературе, в чьем распоряжении лишь белый лист бумаги и буквы на нем, с яркими, искрящимися, театрализованными шоу? Почти невозможно. А кино, которое позволяет без особого напряжения представить себе все, что при прочтении книги требует напряжения фантазии, воображения и мышления? Но кинематограф сегодня занимается не только «оттягиванием» аудитории от литературы, но и возвращает к ней. Интересно и даже радостно наблюдать, как

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

после каждой кино- и телеэкранизации на полках магазинов в первых рядах появляются романы Достоевского, Лермонтова, Зюскинда, а в библиотеках эти книги берут не только школьники, подталкиваемые учебной программой. И пусть экранизация, предположим, «Мертвых душ» – это не совсем «Мертвые души» Гоголя, это лишь взгляд одного человека, режиссера, на произведение. Но, в конце концов, пообщаться с умным человеком, прочитавшим и обдумавшим творение, – это тоже замечательный и продуктивный шаг. Гениальный, на мой взгляд, фильм «Несколько дней из жизни Обломова» Никиты Михалкова помог мне понять и полюбить этого недотепистого героя, а потом и роман «Обломов» стал одним из любимых. Сегодня только что снятые кинофильмы и телесериалы по произведениям классиков и современников имеют невероятную рекламу и, видимо, приносят создателям неплохие деньги. Ну и здорово! Пусть вместо рекламы чипсов и пива и взрослые, и дети видят рекламу, где значится «По роману...».

Сегодня многие основным препятствием подростков и молодежи на пути к книге видят компьютер и Интернет. Да, возможности компьютера невероятны, виртуальный мир притягателен, он отрывает от книги, но не убивает чтение. На фоне исчезновения толстых журналов, на фоне часто неприличной дороговизны книг в книжных магазинах в пространстве Интернета мы находим громадное количество интернет-версий журналов, сайтов, электронных библиотек и. т. д. Все, что невозможно купить (не потому, что нет в магазинах, а потому что рука не поворачивается такую сумму из кошелька достать), все можно найти в виртуальном пространстве. Кроме того, все современные писатели имеют свои сайты, блоги, дневники, с ними можно пообщаться, почувствовать, что перед тобой живой человек, а не какой-то небожитель, то есть чтение становится интерактивным. В пространстве гиперссылок изменяется механизм выбора книги: книгу не столько кто-то советует, сколько человек случайно на нее «натывается», но ведь в этом тоже есть своя прелесть. Нет, Интернет дает хорошие перспективы для развития чтения.

Разговоры о ситуации вокруг чтения чаще всего сводятся к проблемам детского чтения. Когда сегодняшние молодые родители, округлив глаз, начинают жаловаться, что дети не чи-

## Медиаобразование: от теории – к практике

тают, сразу хочется напроситься к ним в гости и посмотреть, сколько книжных полок или шкафов расположено в их квартире. В современном интерьере все чаще бросается в глаза отсутствие этих предметов мебели. Просто родители читать не привыкли, не видят в этом ценности, а своих детишек хотят видеть совершенно другими. Так не бывает! Как привлечь уже взрослых, сформировавшихся людей к чтению? Если в случае с детьми школьного возраста ответственность в этом вопросе во многом ложится на школу, то на взрослых могут повлиять в первую очередь средства массовой информации.

**Г.М. Шафер**

*заведующая библиотекой МОУ СОШ №32, г. Томск*

### **Скорая библиотечная помощь**

- Здесь, блин, так уютно...
- Нет, библиотека – не отстой...
- Когда здесь зависаю, самые нестрёмные оценки получаю...
- Нет, обстановка не напрягает, тьма книжек не парит. Вообще здесь не только книжки, а ещё столько балдёжных прикрасов, что у меня лыба по фэйсу...

На некоторое время выпадаю из процесса, наверное, в осадок: крайне смутила «лыба». Словарь строения слов подтвердил моё представление о том, что в слове улыбка префикса нет, словарь жаргона поведал о наличии словосочетания давить лыбу, т.е. улыбаться, но в нём не оказалось глагола, который употребляла городская шпана, цыкая на инакоговорящих: «Чё ты лыбишься?!».

Давно живу, читаю на пять лет меньше, процесс чтения освоила самостоятельно, взрослые лишь ответили на вопросы о твёрдом знаке, чёрточке над «И» и функциях некоторых знаков препинания. Училась на текстах взрослых газет просто потому, что всегда были доступны. В библиотеке школы №32 тоже давно. Десятиклассники, спросив, с коих пор я в ней, и услышав, что с 1977-го, заметили: «С древнейших времён».

В том же 77-ом от элиты школы я услышала: «В школе ты – читатель №1». А в конце того тысячелетия мои читатели (не свыклась с термином «пользователи») набросали модель идеального школьного библиотекаря, в профессиограмму которого включили: он должен быть умным, обладать прочной и быстрой памятью (очевидно, в заботе о форс-мажорном обслуживании на переменах), быть общительным, обязательным, доброжелательным, физически сильным (надо таскать тяжёлые тома), обаятельным, с хорошей речью без «Это твоя проблема», самоотверженным, многогранным (хоть по чуть-чуть разбираться во всех науках), знать и понимать своих читателей всяких возра-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

тов, не иметь вредных привычек (а то от курения библиотекаря может вспыхнуть библиотека), умелым, чтоб знал все книги на свете, потому что если он не такой, то, глядя на него, подумаешь: «И зачем читать книги, если, читая столько, можно у них ничему не научиться?»

Потому всю жизнь вечером в пакете домашнее задание по чтению – домой, а утром – в школу: всё просмотренное, кое-что прочитанное, где-то с пометками. Чтение у библиотекаря с особенкой, диспетчерское что ли. Читаешь и замечаешь: хорошо бы, чтобы этот материал попал к этому педагогу, а этот – к другому, этот они могли бы посоветовать детям, а этот опоздал на недельку. А потом начинаешь пристраивать сверхзанятому люду то, что у тебя в руках.

С утра круговерть библиотечная. У кафедры выдачи спор:

- Птица и цветок!
- Скворец и астра?
- Нет, скворец и роза...
- Нет, лягушка и астра...
- Народ, вам чего давать-то?
- Мы забыли точно, как называется.
- А кто написал, помните?
- Оскар Уайльд, – чётко, с правильным ударением.

Есть 12, надо 23. Через три дня 6 экземпляров возвращаются.

- Как, понравился Уайльд?
- До слёз переживали.
- Когда смотрите телевизор, тоже так переживаете?
- За кого?!!
- Г.М., «Женьку Онегина» надо...
- И мне!
- И мне!

Экземпляр последний. Постановливаю, его получит тот, кто назовёт последнюю причину нужды в книге – аукцион, так сказать. Названо 10 причин. Последнюю называет Артём, сообщив, что его мама будет гордиться, увидев, что он читает классику. Никто не оспорил.

Вообще, раньше у меня отказов на Пушкина, Лермонтова, Тургенева, Чехова, Ахматову, «Мастера...» (последние издавались в Томске) не было, потому что они были в домашних би-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

блиотеках. Теперь в редкой семье есть сказки Пушкина, а уж про остальное осталось только вспоминать. На «Горе от ума» и «Мёртвые души» смотреть больно: зачитаны до дыр буквально. Конечно, когда есть возможность, пополняем. Признательны ООО «Учебная книга» за 100-томник русской классики по низким ценам. Но иметь хотя бы по 20 текстов не получается.

– Мне про Больранда...

Внутренне впадаю в панику: Больцман, Больцано... Что-то не так.

– По какому предмету задали?

– По литературе.

Ясненько. Готова писать статью о нигде никем не описанном фонетическом импринтинге.

– «Хань и Калымыч» есть?

– Скажи ещё раз.

– «Хань и Калымыч».

– У меня доклад про Ваську и Гаму...

Не поправляю, даю три источника, имя крупным шрифтом, с картинками, полчаса пишет. А назавтра:

– Я вчера про Ваську и Гаму не дописала...

Что это?

Чем для школы является школьная библиотека?

– «Скорой помощью», например. Записка с урока: «Заспорили, помогите!» – нужен срочно справочник, нужна картинка с подсолнухом, стих про воду, про астрономическое явление и т.д., и всё срочно;

– местом, где можно качественно подготовиться к уроку, к конференции, к олимпиаде, викторине и проч.;

– кабинетом, где проводят свои занятия кружки по экологии, краеведению, журналистике – удобно, справочники, словари, книжки нужные всегда под рукой;

– где газету стенную хорошо выпускать, где помогут, когда нужна идея, рифма, название к чему-то, куда приходят почитать новые журналы, когда освобождён от физкультуры, когда нужна тишина;

– Продиктуйте, задали, чтобы под диктовку, а дома все на работе. Диктую. Читаем: «Дверька Морки отворилась, и вошёл Герасим». Перл, исправлять жалко.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Не менее 60 раз в день: нужна книжка. К концу дня удивляешься, откуда взяли, что дети не читают? Читают, мы от безделья не маемся.

Читают. По моим черновым подсчётам совокупный объём всех текстов ТОЛЬКО из учебников, например, для 10 класса, составляет 3700 страниц. Объём текстов программных художественных произведений для того же 10-го – 4116 страниц. Попробуйте разделить это на количество учебных дней. Поэтому на мой вопрос о читательской мечте очень многие ребята отвечают: «Осилить учебник по физике».

А после введения в школьную жизнь ЕГЭ, когда делаешь обзор новинок, дети полистают, поглядят обложки, с тоской в глазах отодвинут книжки и скажут: «Хорошо бы, но у нас ЕГЭ, только ЕГЭ, и ничего кроме ЕГЭ».

Но. Где-то в начале 80-х в последний раз мне была отдана книга со словами: «Опять ваш N на уроке под партой читал». С начала 90-х мальчишки перестали гоняться за журналами: «Юный техник», «Техника молодёжи», «Моделист-конструктор», «Радио», – за книжками с чертежами и схемами. И сразу замаячил вопрос: а откуда будут браться умелые руки и талантливые мозги для инновационных технологий?

Десятиклассник, получив на запрос справочную статью в три страницы, застонал, это сколько же времени я её буду читать! На реплику, что с вузовской программой успешно справляются те, кто наработал навык читать 750 слов в минуту, ответил: «Так читает только мой дедушка».

В прошлом году в день открытых дверей для дошкольников через библиотечные встречи прошло 98 выпускников детских садов. Только 1 ребёнок назвал «Мурзилку» в числе известных им детских журналов, и ни один – «Весёлые картинки». Зато «Барби», «Черепашки Нинзя», «Том и Джерри» и т.д. держат в руках многие.

Периодически опрашиваю и анкетую своих – в семьях совсем нет детской периодики, хотя на родительских собраниях показываем, рассказываем и рекомендуем, а ведь желтизна и гламур всяческих форматов в семьях есть.

Именно за счёт просмотрového чтения ранее «разгонялась» скорость чтения, формировалась привычка выделять главное,

## Медиаобразование: от теории – к практике

отмечать нужное, сопоставлять разные точки зрения, нарабатывать критичность мышления и собственные убеждения.

У школьных библиотекарей среди множества разных плачей: о «лапше» (копеечных детских книжках, на которых рос читатель в начальной школе), об интересной подросткам научно-популярной литературе небольшого объёма, о финансировании на периодику, классику, есть свой плач ПО – по журналу «Детская литература», у томских библиотекарей есть завистливый плач: у иркутян есть для детей дивный «Сибирячок»...

**Е. А. Щербакова**

директор Центра риторической культуры  
«Радость Творчества» (Киев, Украина)

### **Модель библиотеки риторических знаний и стараний журналиста от «А» до «Я»**

Вниманию предлагается модель реально существующей библиотеки риторических знаний на базе авторского Центра риторической культуры «Радость Творчества» (Киев, 2001 – 2008)<sup>1</sup>; предоставляется обоснование её создания, возможности библиотечного фонда, задачи в нынешних условиях, перспективы дальнейшей работы и исследований. Как «Библиотека» она формировалась по мере накопления автором материальных возможностей и профессионального опыта в преподавании речеведческих дисциплин в Институте журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко и в других образовательных учреждениях. Влияние на её формирование оказали также осознанная необходимость проведения факультативной работы с желающими приобщиться к истокам риторической культуры (творческая мастерская «Риторика любви, добра и милосердия») (2001 – 2006 гг.)<sup>2</sup> и научная деятельность по диссертационному исследованию риторических основ аудиовизуальной журналистики (2006–2007 гг.)<sup>3</sup>.

«Библиотека риторических знаний и стараний журналиста-оратора от «А» до «Я»» (далее – Библиотека) есть органической составляющей его культурно-просветительской деятельности Центра риторической культуры «Радость Творчества» (далее – Центра) наряду с занятиями в ораторской и гимнастической залах, гостиной и в рабочем кабинете. Лейтмотивом работы в ней изначально был призыв украинских неоклассиков «Et fondez!» – «К источникам!». Как книгохранилище она создавалась на основе частной семейной библиотеки в течение нескольких десятилетий. Особенно заметно пополнение её фонда было во время неориторического книжного бума в России, Украине и Белоруссии в 2002 – 2004 и в последующие годы. На сегодняшний день Библиотека насчитывает более 10 тысяч печатных изданий

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

научной, научно-популярной и учебно-методической литературы по журналистике, риторике, культуре речи и большое количество разнообразных аудиовизуальных материалов (дисков, кассет, фотографий, интернет-страниц).

Изначально (в ходе обдумывания плана строительства Центра и его дальнейшей миссии) Библиотека задумывалась как отдельная комната, содержащая в себе накопленные и постоянно пополняемые печатные и аудиовизуальные издания, привезенные из разных уголков ближнего и дальнего зарубежья, по риторике и многим другим дисциплинам (прежде всего журналистике, медиаобразованию, культуре речи и речевой коммуникации). Это обосновывалось потребностью автора заявить о серьёзных намерениях по становлению школы риторической культуры журналиста-оратора, в частности – оказания посильной помощи нуждающимся студентам во внеаудиторном общении, приобщении их к духовной сокровищнице риторических знаний и пробуждении у них желания самосовершенствоваться в сфере теории и практики красноречия.

За последние несколько лет очевиднее выявились стратегические задачи научно-педагогической деятельности автора – ориентация на междисциплинарность проводимых исследований, интернационализм, антропоцентризм и эффективную интеграцию научных результатов в учебно-воспитательный процесс подготовки будущих представителей масс-медийной элиты. Это связано с комплексным – интегративным – подходом к изучению сущности, структуры и функций риторической культуры профессиональных ораторов (и их миссионерских задач) как в контексте философско-культурологического осмысления фундаментальных проблем риторики на стыке веков, так и прикладных возможностей неориторического образования и воспитания студенческой молодёжи в свете возрождения христианских ценностей в системе современной высшей школы.

Как уникальная и универсальная сфера гуманитарного знания, как особая речевая форма гуманитарной культуры, как теория ораторского искусства и комплексная наука красноречия, интегрирующая в себе содержательные компоненты многих научных и учебных речеведческих дисциплин, риторика по праву считается также эффективным способом формирования в че-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ловеке целой системы личностных качеств, столь необходимых в процессе профессиональной подготовки будущих публичных ораторов, и её составляющих. Пути формирования риторической культуры личности различны в зависимости от степени осознания ею сущности, видов, жанровых особенностей красноречия (т. е. искусства подготовки и произнесения устного публичного слова) и высшего его уровня – мастерства эфирного выступления (особенно для радио- и тележурналистов). Именно оно, предполагая владение живым устным словом как средством многостороннего и разнонаправленного влияния на коммуникативную аудиторию, основано на глубоком знании материала той или иной речи, усвоении опыта лучших ораторов прошлого и современности, совершенном владении нормами государственной литературной речи, знании внеязыковых аспектов ораторского мастерства и прочих компонентов в профессиональной жизни публичного человека.

Область исследования профессиональной – журналистской – риторики (журналистского красноречия) достаточно многогранна по своему содержанию и форме, и потому предстаёт достаточно сложной для научного изучения и преподавания студентам-журналистам. Она предполагает анализ историко-теоретико-практических аспектов через призму знаний специфики журналистской и риторической деятельности во многообразии их междисциплинарных связей (этики, эстетики, философии, логики, истории, социологии, психологии, педагогики, лингвистики, литературоведения, эристики, культурологии, музыкального, театрального, радио-, кино- и телеискусств, масс-медиа, медиакультуры и медиаобразования, теорий массовых коммуникаций, медицины, физической культуры) и открывает широкий простор для дальнейшего изучения.

В процессе обучения общим положениям риторики и частных наставлений (а сам процесс обучения и воспитания молодёжи рассматривается как целенаправленный и, по возможности, всесторонний процесс становления сильной риторической личности новой эпохи) им все же предоставлены различные возможности с учетом присущих психофизических данных каждой отдельной личности, её уже имеющихся способностей к ораторскому искусству, а также готовности к постоянному самосовершенствованию и техническому (в плане техники речи

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

как предусловии успешного риторического взаимодействия) и духовному (в плане творческих поисков эффективной, гармонической диалогизированной коммуникации и путей достижения риторического идеала современности). Все вышеперечисленные аспекты находят отображение в предлагаемой модели Библиотеки.

Среди важных задач и предоставляемых возможностей библиотечного фонда отметим и следующие, сопутствующие на пути духовного обновления человека, действующего словом, и предполагающие дальнейшее его усердное риторическое образование как восстановления в себе образа Божия. Речь идёт о бережно хранимых и постоянно приумножающихся сокровищах книжной и аудиовизуальной духовной культуры человечества, которые способствуют благоприятному накоплению опыта построения христианского мирозерцания (через современную практику православного благочестия) и необходимости исполнения Закона Божия и Евангельских заповедей (через принуждение себя стяжать мысли и чувства правильные и святые). Это необходимые условия для того, чтобы православный оратор постоянно держал во внимании организацию своего внутреннего мира и внешних проявлений.

Фонд библиотеки представлен риторическими трудами и отдельными разработками как более, так и менее известных отечественных и зарубежных исследователей-риторов старшего, среднего и молодого поколения. В ней есть и устаревшие, и новейшие издания, и переиздания для всех уровней образования.

Среди авторов-исследователей, преподавателей и учителей риторики (и смежных с нею дисциплин) в области медиа, представленных в библиотеке Центра, назовём (в алфавитном порядке) имена Ирины Анненковой, Владимира Аннушкина, Ларисы Ассиуровой, Людмилы Введенской, Александра Волкова, Беллы Гаймаковой, Вилены Егорова, Елены Зарецкой, Юрия Елисовенко, Виктора Ивченкова, Марии Карпович, Аллы Коваль, Татьяны Ковтун, Елены Корниловой, Светланы Макаровой, Нины Марчук, Ивана Машченко, Галины Мельник, Светланы Минеевой, Виктора Миронченко, Аллы Михальской, Сергея Муратова, Веры Новиковой, Евгения Ножина, Владимира Олийныка, Марии Оссовской, Михаила Панова, Ольги Прохвятиловой, Юрия Рождественского,

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Марины Савовой, Галины Сагач, Ольги Сальниковой, Светланы Светаны-Толстой, Константина Седова, Александры Сербенской, Ольги Сиротининой, Александра Сквородникова, Зинаиды Смелковой, Григория Солганика, Иосифа Стернина, Любви Туминой, Георгия Хазагерова, Марии Чикарьковой, Владимира Шахиджания, Елены Юниной и др.

Наличие риторических трудов этих и многих других авторов общей и частных риторик даёт основание говорить о широко представленной панораме разнообразных риторико-педагогических школ, направлений и течений современного этапа развития риторики как научной, учебной и популярной дисциплины, а следовательно – о довольно полном содержании предлагаемой модели библиотеки Центра как «Библиотеки риторических знаний и стараний журналиста-оратора от «А» до «Я»».

Готовятся к выпуску первые авторские проекты из учреждённой серии «Библиотека риторических знаний и стараний журналиста-оратора от А до Я», [1, С. 75–77] среди которых риторико-, педагогико- и журналистиковедческие работы – учебные программы курсов и спецкурсов, учебно-методические пособия и комплексы, рекомендательные библиографии, аннотированные каталоги, тематические обзоры, указатели и подборки литературы, терминологические словари и справочники, цитатники и хрестоматии, иные печатные и электронные издания, учитывающие накопленный опыт и лучшие традиции предыдущих авторов-составителей.

### Примечания

<sup>1</sup> Слабінська Світлана. «Заговори, щоб я тебе побачив». У Києві створено Центр риторичної культури // День. – 2002. – № 77(1338). – 25 квіт. – С. 6; Щербакова Е. А. Библиотека Центра риторической культуры «Радость Творчества» (Киев): опыт предлагаемой модели // Культура русской речи. – Армавир, 2007. – С. 217 – 226; Её же. Проект создания «Библиотеки риторических знаний» // Роль риторики и культуры речи в реализации приоритетных национальных проектов. – М., 2008. – С. 374 – 378.

<sup>2</sup> См., напр.: Еристика (Риторика): Навч. програма / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка / Укл. Г. М. Сагач, В. П. Олійник, О. А. Щербакова; За ред. Г. М. Сагач. – К., 2000. – 19 с.; Риторика: Навч.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

програма для студ. Ін-ту журналістики / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка / Укл.: В. П. Олійник, О. А. Щербакова; За ред. О. А. Щербакової. – К., 2002. – 26 с.; Щербакова Е. А. Курс «Основы педагогической риторики» для православных педагогов // Коммуникативные исследования 2007. – Воронеж: Истоки, 2007. – С. 158 – 160; Щербакова Елена. Встречи с риторикой любви, добра и милосердия как возможность глубокого осознания студентами духовных основ новой учебной дисциплины // Риторика в системе гуманитарного знания. – М., 2003. – С. 382 – 385; Щербакова О. А. Кілька штрихів до курсу з риторики в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка // Наук. записки Ін-ту журналістики. – Т. 1. – К., 2000. – С. 11–12; и др.

<sup>3</sup>См., напр.: Щербакова Елена. К проблеме становления новой языковой личности в условиях аудиовизуальной православной журналистики: ценностно-ориентированный подход // Журналістыка – 2006: Тэорыя. Практыка. Творчасць. – Мн., 2006. – С. 207 – 209; Её же. Риторические основы аудиовизуальной журналистики: обзор проблематики // «Жыццём і словам прысягаючы...». – Мн., 2007. – С. 304 – 310; Её же. Риторика диалога как объект междисциплинарных исследований // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. – СПб., 2007. – С. 235 – 237; Её же. Риторическая культура аудиовизуальных журналистов // Профессия – журналист: вызовы XXI века. – М., 2007. – С. 302–303; Её же. Риторический идеал в логосфере аудиовизуальной медиакультуры: попытка интегративного моделирования // Язык и социум. – Мн., 2007. – Ч. II. – С. 212 – 215; Щербакова О. А. Бути чи не бути риторичній складовій у телерадіоосвітніх координатах України? (до проблем моделювання сучасної системи фахової підготовки аудіовізуальних журналістів у соціокультурному вимірі) // Наук. записки Ін-ту журналістики КНУ. – К., 2006. – Т. 24 (лип. – вер.) – С. 168 – 175; Её же. Нові парадигми у галузі риторичної освіти та виховання студентської журналістської молоді крізь світло відродження християнських цінностей // Виховання і культура. – 2007. – № 1–2 (11–12). – С. 280 – 284; Её же Основы педагогической риторики: Проект автор. навч. програми для слухачів Богословсько-педагогічних

## Медиаобразование: от теории – к практике

курсів Всеукр. Православ. пед. тов-ва. – К., 2006. – 32 с.; Щербакова Олена. «Дар слова необхідно обробляти», або Духовні риторичні настанови для студентської журналістської молоді // Питання літературознавства. – Вип. 75. – Чернівці, 2008. – С. 343 – 351; Её же. Становлення наукової школи риторичної культури і публіцистичної майстерності у контексті дискурсу (Львів, 2007) про українську аудіовізуальну журналістику: pro et contra // Пресознавчі студії: історія, теорія, методологія: Зб. праць. – Львів. – Вип. 2 (8). – С. 220 – 223; и др.

### **Литература**

1. Щербакова Олена. Започаткування серії «Бібліотека риторичних знань і старань журналіста–оратора від “А” до “Я”» // Методика викладання історико–журналістських дисциплін і професійні потреби. – К., 2008.

### Глава III. Работы конкурса эссе «Моя школьная библиотека»

Идея провести конкурс журналистских работ о проблемах чтения в молодежной среде родилась во время подготовки к XIII Всероссийскому медиафестивалю «Золотое перо-2008». На фестивале в номинации «Моя школьная библиотека» были представлены материалы, опубликованные в молодежных газетах Томска и Томского района, Кемерово, Иркутска. Конкурс эссе, проводимый в рамках городского конкурса «Читай и думай», также вызвал интерес у школьников и студентов: на суд жюри было представлено 14 работ о книгах, библиотекарях, проблемах чтения. Авторы в своих рассуждениях опирались как на собственные впечатления, так и на факты, статистику, мнения компетентных людей. Работы выполнены в разных жанрах, среди них есть наивные и серьезные, но объединяет их одно: мысль о том, что чтение не должно уйти из круга занятий современной молодежи.

### Нескончаемый шелест страниц

**Даниил Аршавский**

*9 класс, гимназия №24, г. Томск*

В библиотеках всегда тихо... на длинных полках лежат тонны старых пыльных книжек. За столом сидит Библиотекарь, тихо падает снег за большими окнами. Я беру одну из толстых книжек: неважно, о чём она. Я открываю её, вокруг меня абсолютная тишина, лишь шелест страниц прерывает её. Книга поглощает меня, затягивает в свой мир. Я вижу, отчётливо вижу другие страны, злодеев и героев, корабли, битвы, миры под угрозой. Всё вокруг становится другим у меня на глазах... Я медленно закрываю глаза, и лишь шелест страниц остаётся со мной, незримо наблюдая и следуя за мной туда, в книгу...

До уроков ещё 20 минут, есть немного времени, чтобы дочитать последнюю главу. Я торопливо, словно бегом пролистываю её, всё ещё находясь где-то там, в другом мире. Последняя страница издаёт короткий шелест. Я шумно захлопываю книгу. Мир медленно возвращается назад, обретая реальность.

Снова вокруг старые книги, полки, стеллажи – Библиотека. Казалось бы, насколько обыкновенное и скучное место, но секунду назад там царило приключение, там совершались подвиги, там были сотни тысяч историй, каждая из которых откроется тебе, стоит только захотеть. А теперь лишь пыльные старые книги. Я вижу, как на моих глазах комната вновь обретает тайну, величие, мудрость. Она становится прежней. Книга захлопнута. Звенит звонок. Я выбегаю и несусь куда-то. Но в голове всё ещё держится тихая комната, с Библиотекарем, который может что-то подсказать, она остаётся там, а потом уходит, но что-то остаётся вместо неё. За неё. Что-то продолжает занимать мою голову, возвращая меня туда. Это звук. Едва уловимый среди прочих. Он преследует меня всюду: дома, в школе, даже в автобусе... Шум незавершённости, шум бесконечности. Шум переворачивающихся страниц.

И я возвращаюсь туда, чтобы вновь забыть обо всём и стать чем-то большим, чем я есть. Я бегу в этот тихий зал, сливаюсь с

## Медиаобразование: от теории – к практике

ним, становлюсь его неотъемлемой частью. Я – всё и ничего, я – радость и грусть, я – свет и тьма, я – не более чем знание. Я не более чем история, не более чем часть важного рассказа. Я – глава. Я – буква. Я – символ в бесконечной пляеде таких же, как и я. Мы – части огромной книги. Книги веков. Но все мы – история. И она у каждого своя. Мы несём её до самой смерти, а потом её рассказывают наши имена на надгробиях. И нет той истории, которая была бы лишней или неважной. Страницы своей жизни мы переворачиваем сами и даём другим шанс прочесть.

Мы – книги на старинных полках. В тихом светлом зале, за большим столом сидит Библиотекарь-Господь и изредка нас перечитывает, что-то правя. Он среди невероятной тишины слышит тот же самый звук, который прерывается лишь очередной захлопнутой книгой.

Шелест страниц... Многих тысяч страниц... наших с вами...

### **Урок познания людей**

***Екатерина Ильинская***

*лицей при Томском политехническом университете*

В детстве я совсем не любила читать. Мне нравилось рисование, рукоделие, пение и игра на музыкальных инструментах, но литературу я всегда обходила вниманием. Наверное, из-за того что читаю медленно: не умею читать по диагонали или через строчку. Мое сознание само вчитывается в каждое слово автора, пытаюсь все понять и перевернуть по-своему.

В младшей школе у нас была замечательная преподавательница литературы, Ирина Ивановна Буримова. Чтобы хоть как-то привлечь детей к чтению, она придумала такое задание: мы заводили читательские дневники и каждый день записывали, кто, сколько и чего прочитал. Никому не хотелось огорчить любимую учительницу, и мы завышали количество прочтенных страниц в несколько раз. Сейчас я немного жалею, что тогда не прочла тех книг.

Зато у меня дома была настоящая библиотека самых разных книг, жанров и направлений. Сейчас многие книги отданы

## Медиаобразование: от теории – к практике

в библиотеку, некоторые выброшены из-за ветхости, детские отданы маленькой племяннице. Спасибо своей домашней библиотеке я хочу сказать за сборник книг под общим заголовком «Школьная Библиотека». Меня, десятилетнюю, эти книги привлекли своими яркими обложками и короткими рассказами в десять-двадцать страниц. В то теплое лето перед пятым классом я по настоящему влюбилась в этот поистине завораживающий вид деятельности – чтение.

Сейчас, в старших классах, когда так мало времени, а нагрузка лишь возрастает, читать что-то по личному выбору, увы, почти не получается. Поэтому так приятно встретить в списке школьной литературы с первого прочтения полюбившиеся «Темные Аллеи» или «Мастер и Маргарита». Но это для меня; для многих моих одноклассников литература – всего лишь ещё один урок в расписании. Жаль, ведь литература – это урок познания людей, мира вокруг нас. Возможно, кто-то оспорит мое мнение и скажет: не лучше бы учиться общению с людьми непосредственно в общении? Но разве не нужны нам формулы для решения примеров в алгебре? Так же литература: она дает нам формулы, которые мы сами применяем в жизни, в общении – по своему усмотрению, но с маленькой подсказки.

### **И каждая книга со своей душой**

**Ася Киндикова**

*4 курс философского факультета*

*Томского государственного университета*

Книги... Их важное достоинство заключается в том, что они творят особую, параллельную реальность. В той реальности тоже есть своя жизнь, свои герои. Читатели погружаются в параллельную реальность по разным причинам, но чаще всего – в поисках ответов на разные вопросы, в стремлении познать новое или просто в целях обогащения своего внутреннего мира.

Но без навыка чтения книги ничего не стоят. К счастью, сегодня каждый человек умеет читать или же способен научиться. В то

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

же время, уже никто не задумывается над всей значимостью этого процесса. Представьте себе на секунду, что все люди разом разучились читать. Наверняка, в обществе воцарились бы хаос и неразбериха, ведь везде и всюду – непонятные знаки, словно иероглифы, о значении которых можно только догадываться. А ведь человек привык к тому, что действительность упорядочена посредством словесных знаков. Недаром маленькие дети учатся читать с помощью уличных вывесок, читая по слогам: БУ-ЛОЧ-НАЯ, КИ-НО, КА-ФЕ... Процесс чтения, заключающийся в идентификации букв, превращении их в слова, подобен некоему таинству, в которое посвящены все люди одновременно.

Приобщиться к миру книг можно разными путями. Например, в библиотеке, где они стоят на полочках по алфавиту: и совсем новые, и изрядно потрепанные. Каждая – со своей душой, запахом, историей. Они бессмертны: родившись единожды, несут свою миссию бесконечно. Некоторые из них люди прочитывают и тут же забывают; другие способны перевернуть мировоззрение.

Еще одна обитель книг – книжный магазин. Приятно находиться в этой среде: вот литература классическая, вот современная, альтернативная, а в центре стоят новинки. Пока находишься там, успеваешь познакомиться с уймой «молчаливых друзей» и думаешь, какие же из них приобрести сейчас, а какие – в будущем.

Только бы не утонуть в огромном многообразии книг: энциклопедии, художественная литература, учебники, сказки... На книги сказок хотелось бы обратить особое внимание. Читатель знакомится с ними в раннем детстве, когда закладываются основы его характера. Как правило, сказкам присуща поучительность, которая влияет на формировании оценочного отношения к миру. Отсюда – фундаментальное представление о том, что добро непременно побеждает зло. Но сказки – это и приукрашивание действительности. Так, дети, приобщившись к миру сказок, начинают верить в чудо. За одно только это – большое спасибо сказкам.

Считается, что если человек прочитал множество книг, то он умен. На самом ли деле это так? Можно перелопатить кучу литературы и не вынести ничего нового и полезного, а можно прочесть одну весомую книгу и получить ценное знание. Быть может, здесь более приемлемо понятие «начитанность», ведь

## Медиаобразование: от теории – к практике

основная функция книг – научить размышлять, а не навязывать какое-либо мнение. Хотя, безусловно, начитанность не противоречит высокому уровню интеллекта. Главное – анализировать прочитанное исходя из своего опыта и знания, вместо того чтобы воспринимать предложенное как истину в последней инстанции. Таким образом, чтение книг провоцирует полноценную работу мысли и не допускает духовной деградации.

### **Чтение – радость или мучение?**

**Ольга Конюшкова**

газета «Эльдорадо»

Моряковская средняя школа, Томский район

«Россия сдала свои позиции в праве называться самой читающей страной в мире. Количество подписчиков на газеты и журналы уменьшается, ряды посетителей библиотек редуют. А на порогах книжных магазинов толпятся любители детективов и любовных романов. По данным Левада-центра, 52 % россиян никогда не покупают книг, а 37% их никогда не читают. Если два года назад вариант «активно читаю» был актуален для 30% населения, то сейчас только для 23%» [Д. Ненашева. «Чтение как мучение». Газета «Томский вестник» от 12 января 2008 года].

«С большим трудом многие школьники преодолевают заросли программной литературы, а на дебри дополнительной даже не замахиваются». Чтобы узнать, действительно ли это так, мы провели анкетирование среди школьников, и результаты оказались такими: домашнее задание по литературе регулярно делают 19 человек из 80 опрошенных (то есть, читают заданное). Не делают – 23 человека, а делают иногда – 38 учеников. Читающих хоть что-то помимо программной литературы оказалось 74 человека, совсем не читающих – только 6 человек, что, конечно, порадовало. Но оказалось, что читают эти люди в основном лёгкую литературу: приключения, детективы, любовные романы. И это только для того, чтобы убить время, а не узнать что-то новое.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Регулярно посещают библиотеку 59 человек, 45 из них – для того, чтобы взять книги по школьной программе по заданию учителей. Также в нашей школе есть люди, которые любят читать стихи и художественную литературу, но их единицы. Поинтересовались, читают ли школьники журналы и газеты. Да, читают: программу телевидения, газету «Эльдорадо» и журналы о современных звёздах кино и эстрады.

На вопрос, что бы вы предпочли: посмотреть фильм или прочесть книгу, большинство ответили – посмотреть фильм. Удовольствие от чтения из 80 опрошенных испытывают только 28 человек, примерно столько же испытывают это чувство только иногда, остальные – нет. Один из ответов был такой: «Что вы! Чтение – это просто мука!». А один опрошенный ответил: «Да, испытываю удовольствие, но только от чтения sms».

Для того чтобы узнать, что же ещё школьники читают, мы поговорили с работниками поселковой библиотеки и её посетителями. Вот что выяснилось. В детско-юношеской сельской библиотеке на данный момент числится 401 читатель. Самыми активными считаются учащиеся начальных классов – 160 человек. Кризисный возраст читателей – 7-8 классы, этот народ, в основном, читает минимум, только по школьной программе. Более ответственно к чтению относятся ученики старшего звена – 9-11 классы.

«Читает ли молодёжь классику?» – с этим вопросом мы обратились к библиотекарю Людмиле Аркадьевне Воробьёвой.

– Молодое поколение, пусть по школьной программе, но всё же открывает для себя классику. На первом месте – юмористические рассказы Чехова, на втором – «Горе от ума» Грибоедова и «Бедная Лиза» Карамзина, на третьем – военные рассказы: это потрясающие произведения Васильева «А зори здесь тихие», Закруткина «Матерь человеческая» и повести Быкова «Обелиск» и «Сотников». Три самые читаемые школьниками книги – это «Три кило веселья» В. Гусева, детективы Томаса Харриса «Молчание ягнят» и Алексея Рыбина «Генералы подвалов».

Наши юные читатели отмечают недостаточность интересных публицистических заметок на современные молодёжные темы.

Интересно, а как взрослые люди относятся к чтению? Об этом нам рассказала библиотекарь Наталья Владимировна Золотарёва.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

– В основном взрослые предпочитают лёгкую литературу: детективы, любовные романы. Всего лишь 10% читателей обращаются к классике.

*– Очень ли изменялись вкусы людей за последние 10-15 лет? Уменьшилось ли количество читателей?*

– Количество читателей немного уменьшилось. Но ведь и жителей в Моряковке стало поменьше. А вот предпочтения, конечно, изменились. Раньше читали советскую литературу: произведения Распутина, Шукшина, Маркова, Астафьева, Липатова. Очень востребован был «Хмель» Черкасова. Старшее поколение до сих пор обращается к этим книгам. Но читать их сейчас трудно: шрифт мелкий, странички пожелтели. Хорошо бы приобрести переизданные экземпляры. А большинство наших посетителей, действительно, читают детективы и любовные романы. Процентом 20 читателей берут серьёзную литературу: Мураками, Улицкую, Рубину.

Надо сказать, что нагрузка на библиотекарей очень большая: штат библиотеки по сравнению с прошлыми годами сократился вдвое.

*– Как много новых книг получила библиотека за прошедший год?*

– 175 книг мы приобрели за счёт собственных средств, 4 книги томских авторов получили через Центральную библиотеку, 1287 книг – по проекту «Модельная библиотека». Жалко, что не каждый читатель может найти для себя нужную литературу. Хотелось бы иметь побольше справочного материала по современной экономике, политике, мало литературы по психологии. Уже устарели издания по естественным наукам, техническим и другим областям знаний.

После посещения библиотеки я решила поговорить с отдельными людьми в нашей школе, чтобы выяснить, почему человек читает или не читает книги, и вообще, зачем это – читать?

Ученица 11 класса:

– Читаю я с раннего детства и очень люблю читать. Причины разные: одни книги – для своего развития, другие – для интереса. Если ты любишь читать, никогда не будет скучно: ведь книга всегда рядом. Успеваю я и другим заниматься, например, вышиваю и тоже испытываю удовольствие. Но книгу всё равно ничто не заменит. Если человек не читает, это заметно: не о чем поговорить, человек

## Медиаобразование: от теории – к практике

какой-то никакой. Моя подруга читает – мне с ней интересно: мы обсуждаем книги, спорим, советуем друг другу, что почитать.

Ученица 11 класса:

– У меня никогда не было тяги к книгам. В детстве заставляли – читала, но никогда не было желания. Лучше посмотреть телевизор, сходить на природу, на рыбалку. Читать – долго. Да и вообще, это всё выдумки. В книгах всё хорошо, а в жизни всё совсем не так. Сейчас интересуюсь только газетами с криминальными новостями.

Ольга Александровна Конева, учитель литературы:

– Читать очень люблю с детства. Мама записала меня в библиотеку, когда я ещё в детский сад ходила. Вот с тех пор и не представляю жизнь без книги. Зачем читаю? Знаете, у меня одновременно в процессе чтения могут находиться несколько книг. Одни читаю к уроку, другие – потому что написано умно, интересно, талантливо, например, книги Дины Рубиной. Чтобы отдохнуть, беру любовный роман или детектив. Бывают моменты, когда хочется перечитать любимые книги, есть такие, которые прочитаны по три раза. Два года назад перечитала любимую книгу детства – «Динку» В.Осеевой. Какое удовольствие испытала! Конечно, в жизни можно ощущать удовольствие и счастье от многого, но вот книга всё же должна идти рядом со всем остальным. Те ученики, которые много читают, более успешны в учёбе: и память лучше развита, и речь, они более грамотны. Для таких учеников нет большой проблемы написать сочинение. У них даже глаза по-другому светятся – это свет души. Я уверена, что хорошие книги дают пищу и уму, и сердцу, действительно, освещают душу.

### Под копирку

**Евгения Котляр**

*1 курс факультета журналистики*

*Томского государственного университета*

– Слушайте, ребята, я тут фильм посмотрела «Молчание ягнят», так там такой герой... Он гений и псих, красавец и урод, животное с самой тонкой душевной организацией – доктор

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Ганнибал Лектор. Он мой герой; это, конечно, странно, но, по моему, он совершенен. А тот факт, что в фильме он страшный убийца и злодей, – просто жестокая шутка судьбы. Он мог бы стать самым известным человеком планеты...

– Это несмешная шутка!

– Да нет, я серьезно. Вы просто не понимаете...

Часто при просмотре новостей, кино, сериалов, документальных фильмов, мы встречаем личности, которые подобно магниту способны притягивать. Героические поступки, самоотверженность, нравственные качества... Сейчас это вовсе не критерии того образа, который вызывает восторг. Наши родители до сих пор с ума сходят от д'Артаньяна из «Трех мушкетеров», Робинзона Крузо и Штирлица из кинофильма «Семнадцать мгновений весны». Этим героев объединяют такие качества, как самоотверженность, порядочность и находчивость.

Ориентиры меняются. Сейчас большее доверие у молодежи вызывают личности популярные, скандальные, порой эпатажные, а самое главное успешные. Молодежь смотрит с восхищением на Ксению Собчак, которая без усталости вещает о «D&G – для бедных» или Сергея Зверева с помадой оттенка «Спелая вишенка». Подростки смотрят на своих героев, восхищаются их словами, поступками, внешним видом, забывая подчас, что это просто оболочка. Красивая картинка на экране телевизора, которую делают профессионалы. А в обыденной жизни это простые люди, которые так же терпят поражения и неудачи. И Ксюша Собчак не всегда «в шоколаде», и Зверев, бывает, прокликает создателя каблуков. И нет таких людей, которые всегда были бы на высоте, будь то рейтинг популярности, узнаваемости или скандальности.

Без поражений не бывает побед, и, чем выше мы поднимаемся, тем больше шансов сорваться вниз. А победой можно считать то, что ты индивидуален. И второго тебя нет. Жизнь одна и тратить время на копии неразумно. Ты – индивидуальность! Вряд ли кто-то из твоих кумиров или примеров для подражания копировал стиль жизни и поведения какого-либо человека. Популярными, успешными, счастливыми становятся личности. Человек, как картина: подлинник стоит на порядок дороже, чем его копия.

### Среди полок и книг

**Анисия Крестьянинова, Алена Кравченко**

*школа № 32, г. Томск*

Самое главное место в школе – это, конечно, библиотека. Нам нравится бывать здесь, читать книги. Здесь мы готовим доклады, изучаем историю Томска, готовимся к различным конкурсам.

Хозяйка библиотеки – Галина Михайлова Шафер. Она работает в школе №32 с 1977 года. Именно благодаря ей в библиотеке царит атмосфера уюта и покоя. Здесь стоят куклы, сделанные её руками, висят созданные ею картины.

Накануне юбилея школы мы решили расспросить Галину Михайловну о ее жизни.

Родилась Галина Михайловна в Якутске. В детстве хотела стать трактористом, как её родители. Но Галина Михайловна понимала: где бы она ни работала, рядом с ней всегда будет книга.

Галина Михайловна работала на Крайнем Севере учителем русского языка и литературы, учила детей долган и нганасан. Дети разговаривали на другом языке, и поэтому общаться было трудно. Ученики подсказывали друг другу на своём языке. Тогда Галина Михайловна быстро выучила язык, и подсказки прекратились.

Лучшей подругой Галины Михайловны была Светлана Георгиевна Колбышева, учитель истории. Она ушла из жизни; а когда то подруги вместе ходили в театры, музеи, на выставки. Галина Михайловна особенно ценила Светлану Георгиевну за то, что с ней интересно было спорить.

Галина Михайловна любит людей интересных, увлеченных – тех, кто думает не так, как она. Не любит людей пустых, лживых.

На вопрос «Что вы цените в жизни?» Галина Михайловна ответила так:

– Я по натуре зелёная, экологически природосообразная. Ценю чистую воду, чистый воздух, чтоб было место цветам, красоте, новым стихам.

Галина Михайловна любит ухаживать за растениями. Заглянув в библиотеку, сразу видишь множество цветов. Любит тво-

## Медиаобразование: от теории – к практике

рять в тиши, занимается флористикой – так называют мамыны картины взрослые дети. Галина Михайловна освоила технику монотипии. «На стекло наносится рисунок, а потом делается оттиск на бумаге», – объясняет она суть нехитрого ремесла.

Ее имя нередко можно встретить на страницах томских газет. Вот, что пишет о Галине Михайловне Андрей Зайцев:

«Однажды она зашла в рижский дом «Садовый центр» и увидела сделанную неизвестным человеком ворону.

– Я сразу же про себя отметила: слишком скучная ворона. Настоящая какая-то...

Во как! Мёртвая ворона – скучная всегда. Но не для Галины Михайловны.

Через пару недель в школьной библиотеке появились первые вороны. Теперь ребятня, забегающая за книжками, каждый раз умоляет:

– Пустите ворон потрогать!

Что в них необычного? Они не скучные».

Всё, к чему прикасаются руки Галины Михайловны, становится произведением искусства. Галина Михайловна – патриот города, она написала много стихотворений о Томске. Некоторые из них стали песнями. Музыку для них написал учитель музыки школы №32 Виталий Павлович Беляев.

Галина Михайловна – человек, которому всё в мире интересно. Наверное, таким и должен быть библиотекарь.

### **С книгой по жизни**

#### ***Агния Кузнецова***

*с. Тегульдет*

Галина Ивановна Кизилова – коренная жительница села Тегульдет. Здесь прошло ее детство, юность, здесь она нашла свое призвание. Галина Ивановна – добрая, отзывчивая, интеллигентная женщина. Ее знает не одно поколение школьников, которым не единожды приходилось обращаться к ней за помощью, с которыми она любит побеседовать, поделиться мнением о книге или писателе. Библиотеку каждый день посещают

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

множество детей: одни уверенно подбирают очередную стопку книжек; другие, заглянув сюда впервые, теряются в необъятном океане литературы. Тогда Галина Ивановна поможет найти нужную книжку, посоветует, какая интереснее, ведь с каждой книгой из фонда она знакома отнюдь не шапочно.

Любовь к книгам проявилась еще в школе: Галина Ивановна стопками брала их домой и читала с большим желанием. И сейчас она читает много книг, которые поступают в библиотеку. На несколько раз перечитала свои любимые детективы Агаты Кристи.

Г.И. Кизилова не сразу выбрала профессию библиотекаря. После окончания школы, как и все школьники того времени, мечтала быть школьным учителем. Но, сдав всего один экзамен в Томском Педагогическом институте, она поняла: это не ее призвание. После попробовала свои силы в Красноярске, но и там не получилось. А в октябре 1968 года подруга позвала ее работать в библиотеку. Библиотечное дело полюбились ей, и с тех пор Галина Ивановна уже 40 лет неразлучна с книгами.

Дети и внуки Галины Ивановны тоже любят читать. Внуки часто приходят в библиотеку, помогают организовывать мероприятия, участвуют в различных конкурсах. А дочь пошла по ее стопам и 8 лет проработала в этой же библиотеке.

Галина Ивановна – очень домашний человек, и выходные дни любит проводить с детьми и внуками, готовить для них блюда по новым рецептам, которых вычитывает в кулинарных журналах. В библиотеке по-домашнему уютно, и в этом заслуга Галины Ивановны. Здесь часто проходят собрания и чаепития, на которых Галина Ивановна рассказывает об известных писателях, поэтах, интересных и познавательных книгах. С ребятами, которые часто приходят в библиотеку, она проводит праздники.

Беседуя с Галиной Ивановной, я поняла, что она не только много знает, но и обладает отменным чувством юмора. На ее памяти немало забавных историй.

– Пришел как-то раз мальчик один; им в школе по внеклассному чтению задали прочитать книги про животных и несколько сказок, – рассказывает Галина Ивановна. – Все книги нашла, а вот последнюю – «Конь с горбами» – долго искала. Сначала думала, что это какая-то статья о коне, а потом поняла, что это сказка Ершова «Конек горбунок».

## Медиаобразование: от теории – к практике

В наше время редко встретишь знающего человека, влюбленного в свою работу. О каждом посетителе Галина Ивановна может рассказать много доброго. За чуткость и понимание люди платят ей тем же. Нет ни одного человека, который при встрече не поздоровался бы с этой замечательной женщиной.

### **Выбирайте книгу, как друга**

***Ольга Куренбина***

*8 класс, школа № 12, г. Томск*

Книга – как хороший друг. В ней можно найти поддержку в трудную минуту и советы на любые случаи жизни. Книги – ожидающие и молчаливые. Они не толпятся, не требуют, не напоминают, не просят, а молча ждут, когда ты откроешься им, и лишь тогда они откроются тебе. Только прочитав книгу, человек поймет то, что хотел сказать автор. Фильм по этой же книге произведет абсолютно другое впечатление. Читая, ты создаешь свой образ, а в фильме этот образ придуман за тебя. Актер играет роль так, как ее сам пережил, но ведь книга и сюжет открываются всем по-разному. Книга готова открыться тебе в любой момент: утром, когда ты только пробудился; днем, когда ты устал от окружающих; вечером, когда ты оставляешь все заботы. Предвкушая блаженство, ты подходишь к шкафу, и сто глаз, сто имен терпеливо и с тайной надеждой ждут, кого ты выберешь. И вот... она, немое, безгласное создание, волшебная скрипка, таящая в себе все голоса неба. Ты раскрыл ее и почти сразу понимаешь, что она не созвучна твоему настроению. Двигаешься дальше, и вот она, нужная и очень желанная. Когда ты взял ее в руки, она будто озарилась внутренним светом. Ты открываешь ее, и твои чувства поглощает беспредельная даль... В госпиталях, тюрьмах, казармах – повсюду они несут этот целебный бальзам, который лечит душу.

Дом, где книги живут и терпеливо ждут своего читателя, называется библиотекой. В какой-то мере библиотека и для меня родной дом. Именно библиотека школы № 12 ассоциируется

## Медиаобразование: от теории – к практике

у меня с домом теплым, родным и уютным. В этой библиотеке можно найти все – от учебников до детективов. Читатели библиотеки – не только учащиеся, но и родители. Объем библиотечного фонда с брошюрами, периодикой, и детской литературой составляет 27292 экземпляра и постоянно пополняется. Не могу не сказать о нашем библиотекаре Раисе Васильевне: она, как хозяйка этого дома, создает в нем уют и теплую атмосферу. В 1975 году Раиса Васильевна окончила ЛГИК им. Крупской. На почетной должности библиотекаря Раиса Васильевна уже 33 года, а в школе №12 работает с 1990 года. Работа библиотекаря многогранна: это и комплектование фонда, и работа с детьми, и организация мероприятий. Вся эта работа проводится для того, чтобы привлечь читателя, открыть ему прекрасный мир книги.

Друзья! Посетите библиотеку, и вы откроете для себя много интересного и увлекательного.

### **Семейное наследие**

***Татьяна Нестерова***

*9 класс, МОУ «Гуманитарный лицей», г. Томск*

Во всех библиотеках мира собраны книги на различные темы, с разными смыслами и целями. В библиотеке моей семьи хранятся книги только для гуманитариев. Законы физики и цифры ни для меня, ни для моих родителей не представляют интереса. Нас увлекают история, русская и зарубежная литература, даже сказки и новеллы.

Интерес к гуманитарным наукам членам нашей семьи привил отец. Как судья, он обязан знать историю и литературу. Поэтому все полки нашего дома забиты историческими книгами: «История государства Российского» Карамзина, «История Японии», «История построения китайской стены». Становление Российской Федерации интересует только моих родителей, но для меня история России предстает одной огромной войной (особенно при чтении романа Толстого «Война и мир»). Больше меня привлекает история Англии («Короли правившие Англи-

## Медиаобразование: от теории – к практике

ей»). В моей библиотеке много книг об истории этой страны, о её королях. Короли, принцы – это воплощение чего-то сказочного и таинственного, поэтому меня привлекает их жизнь. Моей семье нравятся загадочные книги, где нужно распутать какую-то историю – это детективы. Нет, не популярные книги Донцовой, Устиновой, а те, которые были написаны давно умершими писателями: Эдгаром По, Конан Дойлем.

У каждого члена моей семьи есть личная библиотека. Отец читает историю, обществознание, книги о суде и правах. Главная книга в его библиотеке – «Уголовный кодекс Российской Федерации». Моя мама читает романы Грэма-Эванса. Дедушка читает биографии русских и зарубежных писателей. Раньше он даже вырезал из газет статьи о них и склеивал: получалась ещё одна книжка. В моей же библиотеке господствуют учебники, словари и энциклопедии: «Я познаю мир», «Философия», БЭС.

Домашняя библиотека нашей семьи не отличается разнообразием. Но для нас главное то, что эти книги запали нам в душу, и мы можем передать их по наследству.

### **Почему не состарился до сих пор Грибоедовский Чацкий, а с ним и вся комедия?**

***Наталья Нефедова***

*9 класс, Русская классическая гимназия №2, г. Томск*

*Ум и дела твои бессмертны  
в памяти русской*

**Н. Чавчавадзе**

Малый театр. Гаснет свет. На сцене постановка Олега Меньшикова «Горе от ума». В антракте горячо обсуждаются проблемы, поднятые А.С. Грибоедовым в комедии. То был девятнадцатый век, а сейчас – двадцать первый. Но и сегодня «Молчалины блаженствуют на свете», а у Чацких «горе от ума». Почему же комедия бессмертна? Почему и сейчас лучшие умы России готовы воскликнуть: «Карету мне, карету!»? Спектакль окончен, но

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

в памяти еще звучат обличительные речи Чацкого, блистательные афоризмы, и вспоминаются уроки литературы, на которых мы решали проблемы: «Сломлен ли Чацкий?», «Чем опасны Молчалины?», «В чем загадка Софьи?». Вспоминаются слова Пушкина: «О стихах я не говорю: половина из них войдет в половицы».

В небольшой по объему пьесе, где изображен один день в доме московского барина Фамусова, Грибоедов затрагивает важнейшие вопросы современности: о воспитании и образовании, о службе отечеству и гражданском долге, о крепостном праве и поклонении перед всем иностранным. Автор освещает самые важные явления своего времени: борьбу двух жизненных укладов, столкновение «века нынешнего» с «веком минувшим». Грибоедов живо нарисовал в своей комедии фамусовскую Москву, негодуяще описал пороки общества, столпами которого являются Скалозубы, Хлестовы, Тугоуховские и Марьи Алексеевны. В дом, где все пороки завуалированы показной добродетельностью, вихрем врывается Чацкий.

Комедия интересна именно тем, что судьба героев – это часть большой жизни. Конфликт между Чацким и противниками – это выражение борьбы между толпой и героической личностью, которая хочет изменить жизнь, жить лучше, честнее, справедливее. Близкий автору герой любит, негодует, сомневается, спорит, терпит поражение, но остается непобежденным. Напротив, отрицательные герои как будто одерживают верх: они остались, а Чацкий уехал «вон из Москвы». Но разве не чувствуется за этой внешней победой страх перед неминуемым поражением в схватке с десятками Чацких?

«По сей день, где требуется обновление, возникает тень Чацкого», – писал Гончаров. А я думаю о сегодняшнем Томске, о сегодняшней России. Как никогда нам нужны люди, способные трезво и независимо мыслить, люди, которые видят пороки и противоречия современного общества и хотят бороться с ними. Это современные Чацкие.

При каждой схватке нового со старым вспоминаются бесмертные герои комедии Грибоедова. Они заставляют размышлять нас о том, как правильно жить: вмешиваться в решение общественных вопросов, терзаться общим горем и

## Медиаобразование: от теории – к практике

несправедливостью, или же «не смей свое суждение иметь». Современные Чацкие не мирятся с несправедливостью, бесчестием, безразличием, а зовут к милосердию, предупреждают об опасности временщиков в любом деле, стараются сохранить национальную культуру. Они тревожат память, волнуют душу.

### **Верните родную библиотеку!**

***Анастасия Пыльнова***

*7 класс, гимназия №1, г. Томск*

Расскажу о своей школьной библиотеке. Когда гимназия №1 была отделена от первой школы, у нас была своя, гимназическая библиотека. Там было очень красиво, интересно, хотелось приходить туда как можно чаще. Работал в ней очень вежливый библиотекарь, который всегда поможет и подскажет, ответит на интересующие тебя вопросы. Возьмешь книгу, и даже уходить не хочется, все думаешь: «Может, еще какую-нибудь литературу захватить?».

В общем, место было замечательное, прекрасное! А сейчас что? Учимся мы, гимназисты, в обычной общеобразовательной школе. И библиотека – школьная, не та, которую мы так полюбили. И библиотекарь уже не тот. Ведь место, где хранятся книги, должно притягивать, звать тебя! А мне туда идти, честно говоря, неохота. Там, конечно, и книги аккуратно стоят, и все блестит, сверкает, и даже гимн библиотеки есть. Но библиотекарь уже не тот, а я привыкла и даже любила того, гимназического. Заходишь в «храм науки», а тебя встречает библиотекарь, который не улыбнется, а на вопрос ответит строго и ворчливо, без охоты помочь тебе. Поэтому я школьную библиотеку почти не посещаю. Пользуюсь своей, домашней. И всегда найду то, что мне нужно.

Моя библиотека состоит из разных книг, принадлежавших многим членам моей семьи. Книги бабушек и дедушек я берегу с особой старательностью. Мой отец очень любил читать, поэтому книжек у меня много. Литература, которую я купила недавно,

## Медиаобразование: от теории – к практике

тоже попадает в мою библиотеку. Мне нравятся произведения, написанные для детей, а взрослая литература не по душе. В книгах для младшего возраста больше доброты, они учат только хорошему: терпению, слаженности, оптимизму, силе характера. Этого как раз и не хватает нынешней молодежи.

Читать нужно, понимая текст, представляя то, о чем ты узнаешь. Лучше познавать литературу, учащую добру, пониманию, любви, уважению и всему, что пригодится в жизни. Чтение – это не «пробежка» глазами по черным буквам, а глубокое размышление, представление всего того, что ты прочитал.

### **Книга в моей жизни**

#### ***Дарья Родькина***

*10 класс, Русская классическая гимназия №2, г. Томск*

«Вначале было слово...» – сказано в первой книге человечества – Библии. Великую силу слова узнаём мы всю свою жизнь, открывая книги разных авторов.

Кто-то скажет, что чтение книг в третьем тысячелетии – явление архаическое. И будет тысячу раз неправ! Кино, видео, компьютерный мир, пресса, детективы и приключения – это всё сиюминутное. А мир настоящей книги – это вечное. Хорошую книгу невозможно заменить ничем.

Целиком захватил меня Булгаков. «Мастера и Маргариту» могу читать и перечитывать несколько раз. Знаю наизусть, наслаждаюсь стилем автора. Встреча с хорошим другом, умным собеседником и учителем, всякий раз новые открытия – вот, что дают мне книги Мастера. Он открыл мне силу, веру, познание тайны жизни, смерти и бессмертия. Люблю булгаковский мир не только в «Мастере», но и в «Белой гвардии», «Театральном романе», с его культом Дома, теплом печи, белой скатертью на столе, с тепличными розами зимой, книжным шкафом, где живут Наташа Ростова и Капитанская Дочка, где витает аромат шоколада.

Без этих книг Булгаков не представлял жизни, не представляю себе ее и я.

## Медиаобразование: от теории – к практике

Чем был бы мой мир без любимых книг? Кто рассказал бы мне о жизни в далеких странах, где я, может, никогда не побываю? А прошлое, а будущее, а сегодняшний мир? Разве только познавательный интерес влечет нас к книгам? А сам человек, который, по словам Достоевского, «есть тайна»? История души человеческой увлекает не меньше, чем история целого народа.

Мне часто нужна книга, которая сможет отвлечь, увести от неразрешенных проблем. А еще важно общение с ней, когда книга отвечает твоему настроению, она хороший друг в радости и грусти.

Один из рассказов фантаста Рэя Бредберри – о том, как уничтожили на земле все книги, и мир рухнул. Люди перестали быть людьми. Надо ли что-то добавлять к этому?

### **Что читал Печорин?**

***Ксения Станкевич***

*лицей при Томском политехническом университете*

Меня всегда мучил один вопрос: что читал Печорин, когда ему было шестнадцать лет? Люблю этого героя за умение мыслить, отличающее его от большинства подростков моего поколения. Именно литература рассказывает о нравственных ценностях, а классику дети читают все меньше и меньше. Зачем напрягать свое сознание, если есть телевизор, интернет, дешевые детективы?

Стоит зайти на обычный урок литературы или просто поймать какого-нибудь школьника на перемене:

– Ванечка, ты прочитал «Войну и мир»?

– А, нет еще, мы ж только в третьей четверти проходить будем...

И дай Бог этому ребенку осилить гениальное произведение Толстого хотя бы в кратком пересказе. Знакомо? Лично мне – до боли.

Не спорю, каждый живет так, как он хочет и сам выбирает пути развития. Но не зря классическая литература переходит из века в век. Приятно слышать, когда на вопрос: «Кто твой любимый

## Медиаобразование: от теории – к практике

поэт или писатель?» ребенок отвечает: Достоевский, Пастернак, Лермонтов, Гоголь, Пушкин, Толстой...

В мой круг общения всегда входили и входят люди, которые проводят вечера не на улице или в клубе, а дома, с книгой. «А, ботаники!» – скажет вам мое поколение. Нет, обычные люди, прожиганию жизни предпочитающие получение духовного опыта. Ведь именно литература дарит неисчерпаемый опыт; в классике можно найти любую жизненную ситуацию, ответы на многие вопросы.

Каждый человек сам выбирает свой моральный облик. Но задумайтесь, какую литературу читать, и что останется у вас в душе: пройдете ли вы по всем граблям в жизни или, получив опыт, сможете через них перешагнуть.

### **Книга vs. Компьютер**

***Юлия Ткач***

*11 класс, школа №3, г. Томск*

В наше время практически в каждой второй семье есть компьютер, и уж точно в каждой семье есть телевизор. К этому мы привыкли и считаем обыденностью. А у каждого ли дома есть, пусть небольшая, но библиотека? Ребенок, сидящий за компьютером или перед телевизором, нас ничем не удивляет. А тот же ребенок, но сидящий за столом с книгой в руках, – почти чудо. Почему же? Найти ответ на этот вопрос не так сложно, стоит лишь оглянуться по сторонам. Что мы видим каждый день вокруг себя? Обычную жизнь, к которой давно привыкли. Разбавляет ее лишь пестрая реклама на улицах и в телевизоре, непрекращающиеся сериалы, чаты и т. д. Хотя к этому всему мы привыкли еще больше. Современные дети практически с рождения живут в такой среде. Для них вполне нормально прийти со школы и провести остаток дня перед телевизором или за компьютером. Ни на что другое времени просто не хватает. Это и есть самый короткий ответ на вопрос «Почему современные дети не читают». Но короткого ответа недостаточно. Хотелось бы понять, почему именно так.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Учителя снабжают школьников списками литературы, которую надо проглотить за каникулы. В итоге, школьную литературу практически никто не читает, а если читает, то неохотно. С другой стороны, существует множество экранизаций классической литературы. Но и их многие смотрят, отплевываясь, потому что сценаристы полностью перекраивают текст романа. Есть аудиокниги, которые хорошо воспринимаются лишь аудиалами. Альтернатива есть, но она не всегда является выходом.

Было бы некорректным утверждать, что дети не читают совсем. Читают; но в большинстве своем исключительно блоги, посты, он-лайн дневники и сообщения в чатах. Любая литература – художественная, научная, публицистическая – отходит на второй, а то и третий план.

Недавно в Томской области было проведено исследование, целью которого было выяснить, читают ли подростки. Анкетирование проходили подростки в возрасте от 11 до 15 лет. Оказалось, что книги читают 64% девочек и 55% мальчиков. Различными оказались ответы мальчиков и девочек на вопрос «Какую литературу ты предпочитаешь?». Мальчики отдали предпочтение фантастике и «ужастикам» (Ник Перумов, Р.Л. Стайн, С. Лукьяненко), развлекательным книгам; чуть меньшее количество мальчиков заинтересовано в научно-популярной литературе, детективах и произведениях, рассказывающих об отношениях между людьми. Девочки, так же как и мальчики, на первое место ставят фантастику (С. Кинг, Р.Л. Стайн, Ф. Пулман), а также современную мистическую прозу (О. Горемыко и А. Белянин). Второе место занимают произведения о межличностных отношениях, третье – развлекательная литература, четвертое – детективы, пятое – научно-популярная литература. На вопрос «Заменил ли тебе компьютер книгу?» утвердительно ответили 16% девочек и 34% мальчиков.

Психологи утверждают: если ребенок не читает, могут возникнуть проблемы со становлением его как личности. Той же позиции придерживался Сергей Михалков, говоря, что у каждого ребенка должна быть такая книга, которая изменила бы его жизнь.

## Приложение 1

### ПОЛОЖЕНИЕ о Городском читательском конкурсе «ЧИТАЙ И ДУМАЙ» на приз мэра г.Томска

Под эгидой Программы ЮНЕСКО «Информация для всех»  
В рамках Национальной программы поддержки и развития  
чтения

При поддержке Межрегионального центра библиотечного  
сотрудничества,  
Администрации г. Томска

#### **Организатор:**

НП «Сибирская ассоциация медиаобразования»

**Научное консультирование:** Томский институт информаци-  
онных технологий

#### **Участники:**

учащиеся в возрасте 15–18 лет (9–11 класс) и преподаватели  
школ и средне–специальных учебных заведений г. Томска.

**Цель конкурса** – повышение уровня читательской компетент-  
ности, медиаграмотности молодежи с переходом их из категории  
не читающих вообще и случайных читателей в категорию регуляр-  
но читающих газеты, «профессиональных» читателей.

#### **Сроки проведения:**

1 этап. Октябрь 2008 г. Отбор участников в образовательных  
учреждениях.

Класс (группа) совместно с педагогом составляет не менее  
12 вопросов, по 2 вопроса на каждую тематическую катего-  
рию\*. Затем из общего банка вопросов Оргкомитет составляет  
вопросник, по которому проводится конкурс на лучшее знание

## Медиаобразование: от теории – к практике

материала. Лучшие участники отбираются для участия в Общегородском конкурсе «Читай и думай». В результате от образовательного учреждения формируется команда из 6 человек.

### **Технология проведения 1 этапа:**

1. В учебном заведении выбирается ответственный за проведение 1 этапа (далее – Ответственный). Он распространяет информацию о правилах конкурса и сроках его проведения среди классных руководителей (кураторов).

2. Коллективы классов (групп) под руководством классного руководителя (куратора) составляют не менее 12 вопросов, по 2 вопроса на каждую тематическую категорию\*.

3. Классный руководитель (куратор) составляет заявку от класса (группы) и отправляет ее в оргкомитет Конкурса.

4. Классный руководитель (куратор) предоставляет Ответственному информацию о количестве учащихся его класса (группы), желающих принять участие в 1 этапе конкурса.

5. Ответственный подает заявку от учебного заведения в Оргкомитет; выбирает время и кабинет (аудиторию) для проведения 1 этапа Конкурса; объявляет об этом участникам.

6. 27 октября Ответственный забирает бланки тестов в Оргкомитете. 28 октября в каждом учебном заведении проводится 1 этап Конкурса, в котором участники отвечают на вопросы теста.

7. 29 октября Ответственный предоставляет в Оргкомитет заполненные бланки тестов.

8. Оргкомитет проверяет тесты и определяет участников 2 этапа (команда из 6 человек от каждого учебного заведения).

### **2 этап. 14 ноября 2008 г.**

#### **Городской конкурс «Читай и думай»**

В общегородском конкурсе участвуют команды школ и средне-специальных учебных заведений города. Конкурс проводится в форме интеллектуальной игры (брейн-ринг) по 6 категориям. Участников оценивает большое жюри, в состав которого входят представители творческой и интеллектуальной элиты города. По результатам работы выявляются победители и лауреаты конкурса. Все участники получают дипломы и призы от мэра Томска.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

### **\*Тематические категории вопросов:**

1. Русский язык и литература.
2. Культура и искусство.
3. Информация и средства массовой коммуникации.
4. История и обществознание.
5. Природа и география.
6. Экономика и бизнес.

### **Характеристики вопроса:**

- занимательность;
- познавательность;
- оригинальность;
- четкая формулировка;
- вопрос не должен быть закрытым (требовать ответа «да» / «нет»);
- вопрос должен быть ориентирован на логическое мышление, а не на способность запоминать имена и даты.

### **В рамках конкурса «Читай и думай» открыты номинации:**

«Самый читающий коллектив» – для класса (группы), принявшего участие в составлении банка вопросов.

«Самый оригинальный вопрос» – для класса (группы), составившего самый оригинальный вопрос.

«Самый оригинальный ответ» – для класса (группы), проявившего находчивость в игре.

В рамках конкурса «Читай и думай» проводится индивидуальный конкурс журналистских работ «Моя школьная библиотека». Тематика материалов – литература и чтение в детско–юношеской среде; книги школьных и домашних библиотек; люди, чьи судьбы связаны с библиотечным делом или литературой.

## **Приложение 2**

### **Вопросы и ответы конкурса «Читай и думай»**

#### **Русский язык и литература**

1. А.С. Пушкин, будучи редактором журнала «Современник», посоветовал одному начинающему автору изменить название его книги, заменив слово «амазонка» на имя самого автора. Назовите автора и его произведение.

Ответ: Н.А. Дурова. «Записки Н.А. Дуровой»

2. И.В. Гете обладал одной из самых больших коллекций гемм. Что представляла собой эта коллекция?

Ответ: Это коллекция драгоценных камней в форме пластин.

3. В древних русских сказках Кащея Бессмертного называли Карачун. Почему?

Ответ: Карачун – от слова «карачиться»: корчиться, насылать корчи, судороги.

4. Античные боги в качестве средств передвижения использовали колесницы, впрягая в них животных и птиц. Кто был впряжен в колесницу Афродиты, Ареса, Зевса, Посейдона?

Ответ: Афродита – голуби, Арес – волки, Зевс – орлы или быки, Посейдон – морские коньки.

5. Почему большинство ирландских фамилий начинается на «О»?

Ответ: Приставка «О» обозначает «кого», например Джордж О'Брайн значит «сын Брайна».

6. О чем напоминают первые буквы знаменитой фразы: «Иван Родил Девчонку, Велел Тащить Пеленку»?

Ответ: Первые буквы фразы напоминают о падежах русского языка.

7. Всем приходилось слышать выражения вроде: «А уроки кто

## Медиаобразование: от теории – к практике

делать будет? Пушкин?». Раньше они были довольно распространены. Почему виноватым оказывается Пушкин? Объясните, что эти выражения обозначают в городском просторечии.

Ответ: В выражениях «с Пушкиным» имеется в виду не сам поэт, а его памятник.

8. Отрывок из оды Гавриила Державина:

«Я телом в прахе истлеваю,  
Умом громам повелеваю,  
Я – царь, я – раб, я – червь, я – бог!»

Какое слово объединяет многообразие этих имен?

Ответ: Человек.

9. Петр Павлович – русский писатель, автор сказки «Конек-Горбунук», а Андрей Петрович – один из основателей теоретического и системного программирования, создатель Сибирской школы информатики. Назовите их общую фамилию.

Ответ: Ершovy.

10. В современном русском языке полвторого означает 1 час 30 минут, полчетвертого – 3 часа 30 минут. Что означает древнерусское «пол пяты деньги», «пол четверта ведра»?

Ответ: Четыре с половиной, три с половиной.

11. В строчках из стихотворения Андрея Усачева рассказано о реакции зрителей на появление на выставке картины известного русского художника:

И стала всем она известна:  
– Смотрите, как она прелестна!  
Хотя слегка надменный вид  
Обычно девушке вредит.

Картина сразу стала модной,  
И дама очень знаменитой...  
Кто сравнивал ее с Джокондой,  
Кто звал российской Афродитой.

Кто автор этой картины и как она называется?

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Ответ: И.Н.Крамской, «Неизвестная».

12. Закончите пословицу «Голод не тетка...». Приведите возможные варианты.

Ответ:

Голод не тетка, а брюхо не лукошко;

Голод не тетка, душа не сосед;

Голод не тетка, заставит заговорить;

Голод не тетка, калачика не подложит;

Голод не тетка, пирожка не сунет.

13. Перед вами фраза из известного произведения:

«...Кирюха... на весь округ считался лучшим троечником». Как можно быть лучшим троечником?

Ответ: Ответ становится ясен из полного текста фразы, взятой из повести А.П. Чехова «Степь»:

«...Кирюха жил в кучерах у хороших людей и на весь округ считался лучшим троечником».

В « Толковом словаре русского языка» под редакцией Д.Н. Ушакова есть второе значение слова «троечник»: извозчик, едущий на тройке.

14. После того как Виктор Гюго написал свой роман «Отверженные», он послал письмо издателю своей книги, где стояло только «?». В ответ он получил письмо с таким же лаконичным ответом «!». Что означала эта переписка?

Ответ: Гюго спросил у издателя, какова реакция читателей на его новый роман, на что издатель ответил, что публика в восхищена книгой.

15. Фамилии людей, которые начали производить для людей любившиеся вещи, перешли к этим вещам и стали именами нарицательными. По имени часового мастера Брегета стали называть карманные часы с боем. Изобретатель непромокаемой ткани Макинтош дал имя плащам. По фамилии красильщика стали называть тканые настенные ковры. Назовите его имя, ставшее нарицательным.

Ответ: Гобелен.

## Медиаобразование: от теории – к практике

16. Это слово употребляется во многих языках. В русский язык оно проникло в XVII веке из немецкого или голландского. По происхождению это сложное слово. Первая его часть – «проход», вторая – «порт, гавань». Буквально это слово означало «удостоверение на право судну пройти в гавань, разрешение на отплытие из гавани». Первоначально такую бумагу выдавали капитанам дальнего плавания, теперь она должна быть у каждого. Что это?

Ответ: Паспорт

17. Для усиления своей самодержавной власти Иван Грозный ввел опричнину, наводившую ужас на все государство. Митрополит московский Филипп не мог примириться с разгулом опричников. В своих многочисленных посланиях к царю – грамотах – он стремился убедить Грозного отказаться от политики террора. Как презрительно называл эти грамоты царь?

Ответ: Филькины грамоты.

18. Южноамериканскому государству Чили принадлежат два острова со странными названиями. Один из них назван именем известного во всем мире литературного героя, второй – именем его прототипа – Александра Селькирка. Этот шотландский моряк пережил множество приключений. Об одном из них в Англии, в те времена, было написано много газетных и журнальных статей, очерков и даже книг. Автор одной из книг оказался настолько талантлив, что она вошла в сокровищницу мировой литературы, ее до сих пор читают взрослые и дети, по ней снимают фильмы. Как зовут этого литературного героя и автора произведения о нем?

Ответ: Робинзон Крузо, Даниель Дефо.

19. Почему стакан называется стаканом?

Ответ: Древние славяне называли небольшие кувшины и кружки с плоским дном «кан». Когда подобные сосуды стали делать из стекла, к слову «кан» добавилась приставка «ста» – от слова ставить. Словом «стакан» обозначают стеклянную посуду для какой-либо жидкости, имеющую плоское дно.

20. Как в 17 веке называли древнерусские стихи?

Ответ: Вирши.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

21. Что связывает мужское имя Макар и слово макароны?

Ответ: Имя Макар переводится как «счастливый», «макароны» – «испытать настоящее блаженство».

22. Азбука зовётся так по первым буквам алфавита – «аз» и «буки». Как еще на Руси называли азбуку?

Ответ: Абевега

23. «В одной немецкой газете я читал такую весьма занятную историю: Готтентоты (по–немецки «хоттентотен»), как известно, ловят в пустынях кенгуру (по–немецки «бойльтератте» – «сумчатая крыса»). Они обычно сажают их в клетки («коттер»), снабженные решетчатыми крышками («латтенгиттер») для защиты от непогоды («веттер»). Благодаря замечательным правилам немецкой грамматики все это вместе – кенгуру и клетки – получает довольно удобное название: «Латтенгиттерветтэркоттэрбейтельраттэ»». (Марк Твен).

Каким способом словообразования образованно это длинное слово?

Ответ: Способом сложения основ.

24. К ней Пушкин со временем охладевал: к концу 20–х годов он все чаще обращался к белому стиху. О каком неотъемлемом признаке поэзии идет речь?

Ответ: Рифма

25. «Уже по самому имени видно, что она когда–то произошла от башмака; но когда, в какое время и каким образом произошла она от башмака, ничего этого неизвестно. И отец, и дед, и даже шурин, и все совершенно ходили в сапогах, переменяя только раза три в год подметки». (Н.В.Гоголь). В своем творчестве Гоголь часто пользовался каламбурами. Писатель строит каламбуры на звуковом сходстве, этимологической игре словами или на скрытом абсурде. Фамилию какого своего персонажа он обыграл в этом каламбуре?

Ответ: Акакий Акакиевич Башмачкин, повесть «Шинель».

26. Вспомните строки из «Пророка» А.С.Пушкина:

«И шестикрылый серафим

На перепутье мне явился.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

И жало мудрая змея  
В уста замершие мои  
Вложил десницею кровавой.»  
А что такое десница?  
Ответ: Рука.

27. «На ступени совершенствования языка люди сочли, что будет небесполезно, обращаясь к разуму, ласкать слух. <...> Тогда речь...проникается духом, который оживляет и заставляет играть каждый слог. Что это за дух? <...> А в музыке приходится иногда смущать ухо, чтобы поразить и ублажить воображение». О каком лексическом приёме говорит Дидро?

Ответ: Инверсия.

28. «Когда Пилат покрыт шапкой, погода хорошая» – говорит немецкая пословица в книге Мюллера. Что такое «Пилат»?

Ответ: Гора в Швейцарских Альпах.

29. Красный, рубиновый, коралловый, кумачовый. В приведенной группе слов одно лишнее. Найдите это слово. По какому признаку можно объединить другие слова?

Ответ: Лишнее слово – коралловый, так как остальные слова обозначают оттенки красного цвета, а коралл может быть и розовым, и белым.

30. Этот язык появился в конце XIX – начале XX веков, в нем всего 16 основных правил грамматики, а падежей всего два – именительный и винительный, исключений из правил нет, ударение всегда ставится на предпоследнем слоге. Не язык, а мечта любого полиглота? Как же он называется?

Ответ: Искусственный язык эсперанто.

31. А.С. Пушкин в «Капитанской дочке» описывает такой случай: перед нападением Пугачева на крепость комендант, прощаясь с семьей, велел надеть Маше сарафан. Почему он так поступил?

Ответ: сарафан – одежда русских крестьянок, которых пугачевцы не трогали; значит, капитан не был уверен, что крепость выстоит.

## Медиаобразование: от теории – к практике

32. С помощью каких двух книг австрийские гусары учились правильно вести себя за столом?

Ответ: С помощью любых книг: они прижимали их локтями к телу.

33. Кто сыграл роль ревизора в фильме, снятом по повести Н.В. Гоголя?

Ответ: никто; о ревизоре лишь упоминают.

34. В переводе с греческого это слово означает «дворец правителя», «присутственная часть». Сейчас этим словом обозначают хранилище документов. Что это за слово?

Ответ: Архив.

### **История и обществознание**

1. Все знают центральную площадь Москвы, расположенную у стен древнего Кремля. Она образовалась в конце 15 века, когда после строительства кремлевских стен здесь была создана свободная площадь. Как называется эта площадь и почему?

Ответ: Красная площадь. Слово «красная» прежде означало «красивая».

2. Из летописи XV века нам известно, что первая в России скульптура была установлена на Фроловских (Ныне Спасских) воротах Кремля 15 июля 1464 г. Это была эпоха создания единого Российского государства и свержения ига Золотой Орды. Чей образ запечатлен в первой русской скульптуре?

Ответ: Святой Георгий Победоносец.

3. Каким термином определяется состояние общества, в котором значительная часть жителей, зная о существовании обязывающих их норм, относится к ним негативно или равнодушно?

Ответ: Аномия.

4. Что представляли собой древнерусские летописи? Почему они так назывались? Назовите летописный источник древних славян.

Ответ: Летописи – это древнерусские рукописные исторические произведения, в которых по годам велось повествование

## Медиаобразование: от теории – к практике

о происходящих событиях. Рассказ об этих событиях всегда начинался со слов «В лето...». Основной летописный источник – «Повесть временных лет».

5. Страной N управляет глава государства, получивший власть по наследству. В его руках сосредоточена вся полнота законодательной, исполнительной и судебной власти. Какая форма правления в этой стране?

Ответ: Абсолютная монархия.

6. Многие старинные предметы этого рода носили имена собственные. Прочитайте надписи, выгравированные на них:

«Лев зовусь я, мой рёв пронзителен».

«Страус зовусь я, когда я иду туда, то меня слышно».

«Я зовусь Петух. В драке я вперёд прорвусь».

«Внезапный конец я. Падай ниц передо мною, советую я. К тебе резким прыжком иду я...»

На каких предметах выгравированы эти надписи?

Ответ: На стволах пушек.

7. Известный английский философ XVII века Томас Гоббс говорил: «Точное значение этого слова подразумевает отсутствие внешних препятствий, которые нередко могут лишить человека части его власти делать то, что он хотел бы». Что имел в виду знаменитый мыслитель?

Ответ: Гоббс говорил о свободе.

8. Что объединяет Ермака, Чапаева и Фридриха Барбаросса?

Ответ: Одинаковая смерть: все они утонули.

9. Сунь Ятсен, лидер китайской революции 1911–1913 годов, временный президент Китайской Республики издал указ: «..... отравляет Китай вот уже 100 лет. Он не щадит ни богачей, ни бедных, распространяя свое губительное действие по стране. Если не положить этому конец, погибнет весь наш народ. Никакое вражеское нашествие не сравнится по своим последствиям с этим злом...». О чем говорил Сунь Ятсен?

Ответ: Опиум.

## Медиаобразование: от теории – к практике

10. Почему в русском гербе орел появился в правление Ивана III?

Ответ: Иван III был женат на Софье Палеолог, племяннице византийского императора Константина XI. На ее родовом гербе изображался орел.

11. К каким из сфер жизнедеятельности человека относится наука?

Ответ: Социальная и духовная.

12. После Первой мировой войны почти каждый немец в Германии носил в кармане столовую ложку. Почему?

Ответ: Немцы искали любую возможность поесть.

13. О чём говорило количество серёжек в ухе моряка в эпоху развития мореплавания?

Ответ: Количество пересечений экватора.

14. Выдержка из статьи 1703 г.: «Особый отряд переправлен на правый берег и, овладев находившимся там укреплениями, прервал сообщения крепости с Ниеншанцем, Выборгом и Кексгольмом; флотилия блокировала ее со стороны Ладожского озера; на самолете устроена связь между обоими берегами Невы». Слышали ли вы когда-нибудь, что во времена Петра I были самолеты, на которых можно было бы пересекать широкие реки? Очевидно, речь идет не о наших современных воздушных машинах. О чем же?

Ответ: О кораблях.

15. После революции 1917 года в нашей стране повсеместно велась борьба с безграмотностью. О чем был третий декрет, провозглашенным большевиками после Декрета о мире и Декрета о земле?

Ответ: Об орфографии.

16. Психологический и медицинский термин, используемый для обозначения как психического расстройства, так и неспособности индивидуумов устанавливать контакт с окружающими

## Медиаобразование: от теории – к практике

согласно общепринятым устоям и нормам. Эта болезнь является очевидным следствием развития индустриального и постиндустриального общества по ряду причин: монополия СМИ во всех сферах жизни, поощрение индивидуализма и т.д. Что это за болезнь 21 века?

Ответ: Аутизм.

17. Что немцы называют «шведской шторкой»?

Ответ: Решётку тюремного окна (шведы славятся лучшей сталью в Европе)

18. Лев Толстой в письме А.А. Толстой утверждал, что, «распутывая поток» исторических событий, он нашел именно в этой эпохе «начало всего». А русский поэт начала XX века Д.С. Мережковский давал этой эпохе другую оценку, утверждая, что она «скользнула по поверхности русской жизни и затерялась в финских лесах и болотах». Какая эпоха в истории России имеется в виду?

Ответ: Петровская эпоха.

19. В Древней Греции имена этих людей и их отцов торжественно объявлялись и высекались на мраморных плитах, выставленных для всеобщего обозрения; на пирах в их честь пели торжественные гимны; они освобождались от всех государственных повинностей, пользовались почетными местами в театре. Что нужно было совершить, чтобы заслужить эти почести?

Ответ: Стать победителем Олимпиады.

20. Назовите остров, исчезнувший с лица земли, упоминавшийся в сочинениях древнегреческого философа Платона.

Ответ: Атлантида.

21. В Египте пленных, оставленных в живых для тяжелых работ, называли «живыми убитыми». А как иначе?

Ответ: Рабы.

22. Назовите имя первой в русской истории женщины, правившей государством, которую народ прозвал Мудрой.

Ответ: Княгиня Ольга.

## Медиаобразование: от теории – к практике

23. В устах власть имущих это обращение имело пренебрежительный оттенок; так обращались к слугам.

Ответ: Человек.

24. Пирамида Хеопса в Египте – одно из семи чудес света. Из какого растительного материала сделаны некоторые ее плиты?

Ответ: Папирус.

25. Князь А.Д. Меншиков никогда не читал указов Петра, но, тем не менее, выполнял их своевременно или даже опережал волю императора. Почему князь Меншиков не читал указов Петра?

Ответ: Князь был неграмотным.

26. Какое первое в России публичное заведение, открытое в Петербурге, разрешалось посещать «всем прилично одетым гражданам», три дня в неделю с 9 утра до заката солнца?

Ответ: Библиотека.

### **Культура и искусство**

1. Одним из любимых вальсов русского народа в течение многих десятилетий является вальс, названный в честь сопки, на которых неоднократно происходили важные исторические события. Как называется этот вальс?

Ответ: На сопках Манчжурии

2. В 20–х годах прошлого столетия режиссер Эйзенштейн снял фильм «Броненосец Потемкин», лучшими кадрами которого считаются события, происходящие на знаменитой одесской лестнице. Как называется эта лестница? В честь кого она так названа?

Ответ: Потемкинская. В честь князя Потемкина.

3. Когда кукла не была игрушкой?

Ответ: Кукла не была игрушкой в древности. Древние куклы – фигурки божеств и духов, обереги, фетиши, талисманы – использовались для разнообразных ритуалов, люди верили в некую загадочную и деятельную силу, исходящую от кукол.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

4. На острове Майлос в Эгеском море была найдена статуя богини любви и красоты, созданная греческим скульптором Александром. Сегодня она является гордостью парижского Лувра. Ей посвящено немало восторженных строк чуть ли не на всех языках мира.

И целомудренно и смело,  
До чресл сияя наготой,  
Цветет божественное тело  
Неувядающей красой.

Так воспевал эту статую А. Фет. Назовите имя прославленной богини любви и красоты

Ответ: Афродита Милосская

5. Один из самых величественных музыкальных инструментов, подобный целому оркестру, был известен с III в. до н.э. В Средних веках его использовали преимущественно для богослужения в церкви. Как называется этот инструмент?

Ответ: Орган.

6. В XIII – XIX вв. на Руси этот музыкальный инструмент считался распространенным в народе. Впоследствии он стал музыкальным символом русского народа. Как называется этот инструмент?

Ответ: Балалайка

7. Один из мифов Древней Греции рассказывает, что бог лесов и пастбищ Пан полюбил прекрасную нимфу. Спасаясь от него, нимфа обратилась к богу реки с мольбой спасти его, и тот превратил ее в тростник. Пан сделал из тростника свирель и назвал ее в память нимфы «спринкс». Спринкс – разновидность инструмента, название которого происходит от латинского слова «флаутус» – «дуновение». Как называется этот инструмент?

Ответ: Флейта

8. Известный голландский живописец Винсент Ван Гог в последние годы своей жизни использовал в качестве материала скатерти и полотняные салфетки вместо холстов. Почему он так делал?

## Медиаобразование: от теории – к практике

Ответ: Последний период жизни Винсент Ван Гог провел в клинике Сан-Реми для душевнобольных, и поэтому не имел возможности использовать холсты для своих последних картин в качестве материала.

9. Испанский живописец и гравер Франциско Гойя, автор многочисленных офортов, под одним из них написал: «Сон разума рождает чудовищ». Что побудило великого художника так назвать свое произведение?

Ответ: Именно внутриполитическое положение Испании побудило художника так назвать свой офорт. В то время в Испании господствовал абсолютизм, переросший в деспотию, и была распространена повсеместно жестокая инквизиция. И художник всеми силами хотел пробудиться и увидеть страну без чудовищ фанатизма, истовой религиозности и глупости, распространенной в то время в Испании.

10. Это была эпоха крупных перемен в истории народов Европы: начался процесс зарождения капиталистических отношений; менялся духовный мир человека; свершались великие географические открытия. Все этому способствовало и книгопечатание. Тогда возник новый тип культуры, поставивший в центр своих интересов человека и окружающий мир. Как называлась эта эпоха?

Ответ: Эпоха Возрождения.

11. Этот вид изобразительного искусства называют искусством черного и белого. Главные его выразительные средства: это линия, штрих, контур, пятно и тон. Художнику порой достаточно графитного карандаша в работе. О чем идет речь?

Ответ: этот вид изобразительного искусства называется графика.

12. В сказаниях и поэмах месопотамского искусства часто рассказывается о фантастических существах – полулюдях–полуживотных, постоянно сопровождающих богов, героев, обычных людей. Наиболее известный пример – «стражи» дворца ассирийского царя. Это шеду – крылатые быки с пятью ногами и человеческими лицами. Лишняя нога была сделана специ-

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

ально. Как вы думаете, для чего?

Ответ: Для того чтобы создать оптический эффект: человеку, проходящему через ворота, кажется, что могучий страж движется ему навстречу и готов в любую минуту преградить путь тому, кто несет зло.

13. В юго–восточной провинции Австрии есть праздник проводов зимы – Форшунг, напоминающий русскую Масленицу. Один из обрядов его восходит к старинной легенде о драконе озера Аусзее, которому ежегодно приносили в жертву красивую девушку. Но однажды родители одной из девушек, единственной их дочери, взмолились и предложили себя взамен. Это так растрогало дракона, что он навсегда отказался от человеческих жертв, но попросил впредь подносить ему две «композиции» из цветов, весьма своеобразной формы. Какой формы были эти «букеты»?

Ответ: Из цветов надлежало делать человеческие чучела: мужчины и женщины.

14. Во время великого поста ели, как правило, капусту и часто устраивали капустники. Что такое капустник в современном понимании? Кем и где они проводятся?

Ответ: Юмористическое, шуточное представление; представляют артисты в театре.

15. Он был и остаётся одним из величайших русских художников 19 века. Потомок французских гугенотов, сын академика Академии художеств; его старший брат расписывал Исаакиевский собор в Петербурге; средний брат – архитектор, строил много и в Петербурге, и в других городах России. Его часто называют эпитетами «светоносный», «пламенный», «огненный». Критики отзывались о его картинах: «Огонь, заключенный в раму искусства». И даже сама фамилия художника косвенно напоминала про огонь. Назовите имя этого художника.

Ответ: Карл Павлович Брюллов. Французский глагол *bruler* означает гореть, жечь.

16. Какое произведение искусства родилось благодаря совместным усилиям русского композитора и французского ба-

## Медиаобразование: от теории – к практике

летмейстера, использовавшего произведение немецкого романтика в переработке французского писателя?

Ответ: Благодаря совместным усилиям композитора П. И. Чайковского и балетмейстера М. Петипа, использовавшего сюжет сказки Э. Гофмана в переработке А. Дюма, появился балет «Щелкунчик».

17. Всем известна картина Леонардо да Винчи «Мона Лиза». Какая деталь внешности отсутствует у женщины, изображенной на этом полотне, в то время как она есть у каждого человека?

Ответ: у Джоконды отсутствуют брови.

18. Вопрос: По указу Петра I для поощрения в народе любознательности и интереса к наукам при входе в этот музей угощали рюмкой водки и соленым огурцом. О каком музее идет речь?

Ответ: Кунсткамера

19. В четвёртом веке до нашей эры экономический кризис повлёк за собой упадок архитектуры в Афинах и смещение архитектурного центра в Малую Азию. Зодчий Пифий, творивший в ионическом стиле, впервые в истории воздвиг монументальную каменную постройку карийскому правителю Мавсолу и его жене Артемиссии. Как называлась эта пирамида, увенчанная квадригой?

Ответ: мавзолей.

20. В этой религии, если попросишь назвать Богов, то их список будет сопоставим с числом приверженцев этой веры, примерно 333 млн. богов. Назовите эту религию.

Ответ: индуизм

21. Назовите первое в мире общественное здание, не жилого и не культового значения?

Ответ: театр в Греции

22. Композиция, составленная по законам этого искусства, всегда состоит из трех ветвей или бутонов, символизирующих небо, человека и землю. Ветвь – «человек» должна служить опорой «неба» и соответствовать ему по форме и на-

## Медиаобразование: от теории – к практике

правленности. Ветвь–«земля» уравнивает композицию и всегда противоположна двум другим. О каком же искусстве идет речь?

Ответ: Речь идет об икебанае – традиционном для японцев искусстве создания художественных композиций из цветов.

23. В списке балльных танцев начала XIX века вальс противопоставлялся мазурке, отличавшейся импровизацией, и танцу–игре котильона. В романе «Евгений Онегин» А. С. Пушкин так характеризует этот танец:

«Однообразный и безумный,  
Как вихорь жизни молодой,  
Кружится вальса вихорь шумный;  
Чета мелькает за четой».

Почему же вальс заслужил не слишком лестный эпитет «однообразный»?

Ответ: Вальс, в отличие от мазурки и котильона, допускающих новые фигуры, импровизацию, состоял из одних и тех же повторяющихся движений, причем вальс в то время танцевали в два, а не в три па, как сейчас.

24. Какие живописные произведения можно назвать «видимым изображением невидимого мира»?

Ответ: Иконы.

25. Зачем и для кого в Канаде стали выпускать электронные «молитвенные часы»?

Ответ: Для мусульман, т.к. им следует молиться в строго определенное время, о котором звуковым сигналом напоминают такие часы.

26. В одной из песен Б. Окуджавы есть строчка «стойте справа, проходите слева». О чем говорит автор?

Ответ: О передвижении на эскалаторе в метро.

27. Главный Бог какой религии, по представлению верующих, прошел путь от низшего к высшему?

Ответ: Буддизм.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

### Природа и география

1. Благодаря чему растения, произрастающие в жарких и сухих местах, избегают перегрева?

Ответ: Благодаря развитой корневой системе.

2. На нашей планете 20 тысяч крупных городов. Один из таких построен на семи холмах. Что это за город?

Ответ: Москва.

3. В Нью-Йорке больше ирландцев, чем в Дублине, больше евреев, чем в Тель-Авиве, есть своя «Малая Италия». Чем вы объясните современную многонациональную структуру США?

Ответ: США – страна эмигрантов.

4. Название какого города в Сибири созвучно с названием древнейшего вычислительного устройства?

Ответ: Абакан. Абак – древнейшие счеты

5. Все ледники движутся, но это движение происходит с разной скоростью. Некоторые ледники движутся рывками по 20–30 метров в сутки. Однако подобное обычно происходит периодами, и потом ледники возвращаются к наиболее распространенной и стабильной скорости – примерно 2–3 сантиметра в сутки. Наконец, через некоторое время ледники перестают двигаться. Почему происходят эти изменения скорости?

Ответ: Температура в нижних частях склонов выше и поэтому ледники начинают таять, а следовательно и двигаться, быстрее. Когда движение доходит до отметки, равной подпитке ледника снегом, движение прекращается и ледник стабилизируется.

6. У какого дерева есть ежики?

Ответ: Каштан

7. На входе в Роттердамский зоопарк посетителям раздают специальные очки с фотографическим изображением глаз, которые смотрят строго в сторону. Почему?

Ответ: большинство животных, живущих в сообществе со

## Медиаобразование: от теории – к практике

строгой иерархией, воспринимают прямой взгляд как посягательство на их статус в стае.

8. Эта страна находится на границе Европы и Америки. Здесь охотятся на китов и укрощают гейзеры. Здесь океан – двигатель торговли: для местных жителей он источник экспортной рыбы, для туристов – аттракцион с китовыми хвостами и легкой рыбалкой. Электричеством и горячей водой эту страну обеспечивает земное тепло. Что это за страна?

Ответ: Исландия.

9. Когда экспедиция Магеллана вернулась в Испанию из кругосветного путешествия, то оказалось, что по корабельному журналу день прибытия значился четвергом, а на самом деле была пятница. Куда делся день?

Ответ: Магеллан с экспедицией плыли с востока на запад, поэтому каждый пройденный градус уменьшал сутки на 4 минуты, а в целом – на 24 часа.

10. Почему куры, индейки и другие птицы глотают камешки?

Ответ: Благодаря камням в желудке лучше переваривается пища, камни заменяют зубы.

11. В каком месторождении больше всего золота?

Ответ: В мировом океане. На каждого жителя планеты пришлось бы около тонны золота.

12. Учеными установлено, что при трении океанской плиты о материковую происходит некое явление. Назовите его.

Ответ: Землетрясение.

13. Остров Мадагаскар славится интересным животным, название которого идентично междометию в русском языке. Назовите это животное.

Ответ: Ай-ай.

14. На этом дереве, по преданию, повесился Иуда Искариот. С тех пор его листья дрожат, чтобы сбросить с себя память о по-

## Медиаобразование: от теории – к практике

зоре. Что это за дерево?

Ответ: Осина.

15. Замечено, что волки, пообедав, иногда валяются на остатках своей добычи. Как можно объяснить поведение этих животных?

Ответ: Это способ маскировки собственного запаха, что важно на охоте.

16. Герои романа «Пятнадцатилетний капитан», плывущие на судне «Пилигрим» из Новой Зеландии в Америку, вдруг увидели, что поверхность моря стала красноватой. Казалось, вода вдруг окрасилась кровью. Отчего это произошло?

Ответ: Окраску воде придают мириады крохотных рачков, которые служат пищей крупным морским млекопитающим.

17. Во время своего второго плавания Джеймс Кук уговорил жителей Новой Каледонии принять в подарок кабана и свинью, а во время третьего завез овец на Таити и в Новую Зеландию. Он писал, что эти действия преследовали две цели. Первая – улучшение благосостояния островитян. Назовите вторую цель.

Ответ: Способствовать прекращению людоедства.

18. Государство Исландия (в переводе «ледяная страна») расположено в Северной Атлантике, где средняя температура в июле +11, но при этом страна полностью обеспечивает себя яблоками, помидорами, дынями и бананами. Объясните, почему?

Ответ: благодаря геотермальным источникам

19. Больше всего здесь распространены: львы, орлы, лошади, коровы, слоны. Где?

Ответ: Государственная символика (гербы, флаги и т.д.).

20. Город Турин лежит на 45 градусе северной широты. К чему он расположен ближе: к экватору или к Северному полюсу?

Ответ: Турин расположен ближе к экватору. Земля сплюснута у полюсов, а это значит, что длина градусов меридиана должна постепенно возрастать от экватора к полюсам и, следовательно, расстояние в 45 градусов от экватора до Турина меньше

## Медиаобразование: от теории – к практике

расстояния в 45 градусов от него же до Северного полюса.

21. Мекка – это священный город мусульман, в котором родился основатель ислама Муххамад. В Коране, священной книге мусульман, сказано, что Мекка расположена в «долине, лишенной злаков». Как можно понять это определение?

Ответ: С древности эта территория была заповедной для западноаравийских племен, на ней запрещалось охотиться, проливать кровь, заниматься земледелием. Поэтому она и считается «лишенной злаков».

22. Жители этой европейской страны уже в прошлом тысячелетии начали вторгаться в царство Нептуна. Они постоянно отвоевывают у моря новые территории и борются с водной стихией: возводят дамбы, строят каналы, отводящие воду, возводят здания на сваях. «Не знаешь, земля им служит обиталищем или вода», – писал о предках жителей этой страны Плиний Старший. Назовите столицу этой страны.

Ответ: Амстердам – столица Голландии.

23. Очевидцы так описывали зрелище, увиденное ими в экваториальных лесах Южной Америки: «Шум от их движения был похож на громкое шуршание сухих листьев. Они двигались к своей неведомой цели, и никакие преграды не могли остановить этого движения. Они пожирали все на своем пути, оставляя за собой широкую полосу голой земли. Там, где они прошли, не было видно ни одной ягоды, ни одного ореха, только пустая шелуха. Кое-где лежали небольшие кучки перьев, обглоданные останки птиц, змей, яичная скорлупа. Все, что попадалось им на пути, было обречено на смерть». Именно этих представителей фауны называют главным ужасом лесов Амазонки. О каких «монстрах» идет речь?

Ответ: О муравьях. Их длина более пяти сантиметров, они движутся огромным потоком, иногда достигающим нескольких километров в длину и ширину.

### **Информация и средства массовой коммуникации**

1. В трудное время, когда русская армия потерпела поражение от шведов, потеряв всю артиллерию, и когда были подорва-

## Медиаобразование: от теории – к практике

ны позиции России в Европе, Пётр I решил использовать мощное оружие политической и идеологической борьбы. Что это за оружие?

Ответ: газета «Ведомости».

2. Вся красочная и игривая,  
Заигрывающая и взывающая,  
Без спроса входящая в дом  
И открывающая кошелек в нем.  
Кто такая?

Ответ: Реклама.

3. За эти почтовые марки XXI века интернетчики Великобритании платят по 50 фунтов в год. А вот филателисты новинкой не заинтересовались. Почему?

Ответ: Потому что это цифровая марка для оплаты Интернет-сообщения.

4. Сколько байт информации необходимо человеку, который понимает все с полуслова?

Ответ: 1 байт (1 слово = 2 байта).

5. Известный канадский культуролог М. Маклюэн предложил свой способ периодизации истории, основанием которого является доминирующий в тот или иной период тип коммуникации. Он выделил три основных эпохи с их типами:

- А) устный тип коммуникации;
- Б) письменный и печатный типы коммуникации;
- В) электрический и электронный типы коммуникации.

Приведите примеры каждого типа коммуникации. В какой эпохе (или между какими эпохами), по вашему мнению, согласно теории М. Маклюэна, находится сейчас Россия и почему?

Ответ:

Устный тип коммуникации: новости, сообщаемые определённым человеком обществу (например, гонцом), простая передача информации «из уст в уста».

Письменный и печатный типы коммуникации: газеты, журналы, альманахи, сборники.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Электрический и электронный типы коммуникации: радио, телевидение, издания на компакт–дисках; информационные Интернет–ресурсы, массовые периодические рассылки с использованием телекоммуникационных сетей (как телефонной, так и сетей ЭВМ, в том числе и SMS–рассылки). Сам по себе Интернет средством массовой коммуникации не является.

В России, как и во многих странах, присутствуют все три типа массовой коммуникации, но основными являются печатный (разнообразные газеты, журналы издаваемые регулярно) и электронный (развитое телевидение, постепенно исчезающее радио и развивающиеся в последние годы SMS–рассылки, информационные Интернет–ресурсы).

Можно сказать, что Россия близка к полному переходу в третью эпоху (электрический, электронный тип).

6. Основными видами информации по форме ее представления, способам кодирования и хранения являются графическая (изобразительная), звуковая, текстовая, числовая, видеoinформация. Но существует один вид информации, с которым мы сталкиваемся ежедневно и повсеместно, но для которой ещё не придуман способ кодирования и хранения. Какой это вид информации? Приведите примеры получения такой информации.

Ответ: Органолептическая, включающая в себя обоняние, осязание, вкус и др. Примеры: взяв в руки стакан горячего чая и отпив из него, мы получаем информацию о вкусе чая, запахе, о поверхности стакана.

7. Как передавалась информация во времена, когда не было письменности?

Ответ: при помощи звука, дыма, предметов (узелковое письмо) и т.д.

8. Хитрость царя Итаки, благодаря которой когда–то пал неприступный город, в наше время дала название программам, которые наносят серьезный вред компьютерам, подключенным к сети Интернет. О какой хитрости царя Итаки идет речь?

Ответ: Троянский конь. По совету Одиссея был сооружен огромный деревянный конь, в котором спрятались греки и который за-

## Медиаобразование: от теории – к практике

щитники Трои ввезли в город, чем погубили себя. Сегодня термин «Троянский конь» употребляется для программы, которая применяется для получения паролей с чужих компьютеров.

9. Это первая коммерческая радиостанция в России, стартовавшая 30 апреля 1990 года как совместное советско–французское предприятие. В ее эфире звучала современная и популярная на Западе музыка, программу непринужденно вели ди–джеи с перерывами на короткие информационные выпуски. Как называется эта радиостанция?

Ответ: «Европа Плюс».

10. Как называется наука, обучающая красноречию? Как называют учителя красноречия?

Ответ: Риторика; ритор.

11. Церкви Новой Англии, в связи с неблагоприятными экономическими условиями, решили сдавать в аренду шпили своих куполов. Скажите, кому?

Ответ: Операторам сотовой связи.

12. В XVI веке Венеция была центром мировой торговли, именно в этот итальянский город стекались сообщения о новых товарах и ценах. Предприимчивые писцы размножали сообщения и продавали их купцам – один экземпляр за одну монету. Сегодня название этой монеты мы очень часто используем в своей речи, особенно когда идем в киоск «Роспечати». Как же называлась эта итальянская монета?

Ответ: Монета называлась «gazetta».

13. Что имел в виду Оскар Уайльд, сказав: «Тайная [важная] ..... – это почти всегда источник большого состояния и результат публичного скандала»?

Ответ: Информация.

### **Экономика и бизнес**

1. Когда на Руси появился первый банк?

Ответ: При Петре I.

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

2. В Евангелие есть такая фраза: «И вошел Иисус в храм божий, и выгнал всех продающих и покупающих в храме, и опрокинул столы меновщиков...» Что делали продающие, покупающие в храме?

Ответ: В Древнем Вавилоне, Древней Греции объединения храмов занимались банковскими операциями: хранили деньги, одалживали их нуждающимся.

3. Каким термином определяется образ человека, предмета, формируемый специально, чтобы оказывать воздействие на кого-либо в рекламных и политических целях?

Ответ: Имидж.

4. Это понятие ворвалось в нашу действительность на рубеже 80–90-х годов почти одновременно с понятием «рынок». Сам термин в переводе с английского означает деятельность, связанную с рынком. Назовите это термин.

Ответ: Маркетинг.

5. О чем идет речь в высказывании Платона: «Можно сделать все в большем количестве лучше и легче, если выполнять какую-нибудь одну работу соответственно своим природным задаткам, и притом вовремя, не отвлекаясь на другие работы»?

Ответ: О специализации.

6. Почему в 18 веке в России винную лавку называли «Казенной»?

Ответ: Потому что это предприятие работало для нужд государственной казны.

7. Когда государство выступает в роли «Робин Гуда»?

Ответ: Когда это государство осуществляет систему социальной поддержки малоимущих.

8. На этот вопрос знал ответ герой Пушкина:

«И был глубокий эконо́м,  
То есть умел судить о том,

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

Как государство богатеет,  
И чем живет, и почему  
Не нужно золота ему,  
Когда простой продукт имеет».

Кто этот герой, и что это за простой продукт?

Ответ: Герой – Евгений Онегин, продукт – это продукт сельского хозяйства.

9. Этот человек служил на электротехническом заводе, вечерами работая над новым двигателем. В 1899 году он основал автомобильную компанию. В 1914 году изобрел и первым использовал конвейер, сделав производительность труда более высокой. Назовите имя этого человека.

Ответ: Генри Форд.

10. Экономика дореволюционной России использовала, в основном, энергию древесного, растительного топлива и на треть минерального. Топливный баланс распределялся следующим образом: дрова – 57 %, «.....» – 11 %, минеральное топливо (уголь, торф, нефть) – 32 %. Какое топливо составляло 11%?

Ответ: Солома.

11. Имя какого известного экономиста упоминается в поэме А.С. Пушкина «Евгений Онегин»

Ответ: Адам Смит.

12. В какой банк надежнее вложить деньги: Урсабанк, Внешторгбанк или Банк Москвы?

Ответ: Внешторгбанк. В случае кризиса закроются все банки, кроме государственных.

13. Что экономичнее: жить в России и работать за границей или жить и работать в России?

Ответ: Зарплата за границей компенсирует затраты на поездки.

14. Какая российская императрица первой ввела в обращение бумажные деньги в 1769 году?

Ответ: Екатерина II.

## Медиаобразование: от теории – к практике

15. Масонская легенда о Соломоновом храме гласит, что отвергнутый строителями храма краеугольный камень – Лучезарная Дельта – станет во главе угла. Какая неотъемлемая часть современной денежной системы является воплощением предсказания?

Ответ: Доллар.

16. В самом начале XX века американец Фредерик Уинслоу Тейлор на своей визитке написал «Консультант по вопросам...». В то не слишком далекое от нас время эта формулировка была столь же удивительной, как запись «Консультант по вопросам НЛО». Сегодня же специалисты в этой области – одни из самых востребованных на рынке труда; именно они способны преобразовать «неорганизованную толпу» в эффективно работающую фирму. О какой современной профессии идет речь?

Ответ: Менеджер.

17. Узнав, что в Японии не продается кетчуп, одна из американских компаний решила поставить туда огромное количества столь популярного в США соуса. Но прибыли оказались минимальными, т. к. в Японии испокон веков используют традиционную приправу – соевый соус. Американская компания избежала бы этой ошибки, если бы не забыла об очень важном звене маркетинговой деятельности. О чем забыла фирма по производству кетчупов?

Ответ: Фирма забыла провести маркетинговое исследование новых рынков, собрать информацию о потребителях, их предпочтениях и т. д.

### Сведения об авторах

1. Беленко Виктория Евгеньевна, и.о. заведующего кафедрой массовых коммуникаций, старший преподаватель, Новосибирский государственный университет, факультет журналистики.

2. Бесова Екатерина Сергеевна, педагог дополнительного образования МОУ ДОД ДТДиМ, заведующий информационно-методическим отделом ДТДиМ, руководитель «Центра детских средств массовой информации «Я и Мы»

3. Брюханцева Наталья Васильевна, докторант, Томский государственный педагогический университет

4. Глебов Виктор Васильевич, канд.психол. наук, доцент кафедры экологии человека, Российский университет дружбы народов

5. Григорьева Ирина Валерьевна, ассистент кафедры педагогики, аспирант заочной формы обучения, ГОУ ВПО Иркутский государственный лингвистический университет

6. Данилов Андрей Анатольевич, кандидат исторических наук, доцент, Кафедра электронных СМИ и рекламы факультета журналистики Чувашского госуниверситета имени И.Н. Ульянова

7. Данилов Анатолий Порфирьевич, кандидат исторических наук, профессор, декан, зав. кафедрой СМИ и публицистики факультета журналистики Чувашского госуниверситета имени И.Н. Ульянова

8. Дзялошинский Иосиф Михайлович, кандидат наук, Государственный университет – Высшая школа экономики

9. Жижина Мария Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент

10. Жилавская Ирина Владимировна, кандидат филологических наук, ректор Томского института информационных технологий, президент Сибирской ассоциации медиаобразования.

11. Запевалина Ольга Васильевна, аспирант, Иркутский государственный лингвистический университет, кафедра педагогики

12. Иванова Людмила Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой педагогики, Иркутский государственный лингвистический университет

13. Игловская Наталья Валентиновна, заместитель директора по инновациям МОУ «СОШ №84» г. Северска

## Медиаобразование: от теории – к практике

---

14. Калинина-Сулакшина Ольга Степановна, директор ООО «Искусство и актуальность»

15. Киреев Павел Сергеевич, студент 5-го курса отделения информации и коммуникации факультета Философии и социальных наук Белорусского государственного университета

16. Кириленко Юлия Николаевна, магистр философии, аспирант, Томский государственный университет

17. Князева Екатерина Ивановна, преподаватель кафедры социальной коммуникации факультета Философии и социальных наук Белорусского государственного университета

18. Кузнецова Елена Игоревна, кандидат политических наук, старший научный сотрудник, доцент кафедры философии и теории социальной коммуникации, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова,

19. Кузьмин Евгений Иванович, председатель Российского комитета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех».

20. Куренкова Виктория Александровна, учитель русского языка и литературы школы г. Северска.

21. Нескрябина Ольга Федоровна, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры журналистики, Институт филологии и языковой коммуникации Сибирского Федерального университета

22. Никиенко Ольга Геннадьевна, заведующая отделом гуманитарной инициативы ОГУК ТОУНБ им. А.С. Пушкина.

23. Носова Елена Александровна, ГОУ ВПО «Кемеровский государственный университет», студентка 4 курса факультета филологии и журналистики (отделение журналистики)

24. Олешко Владимир Федорович, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати Уральский государственный университет

25. Онкович Анна Владимировна, доктор педагогических наук и кандидат философских наук, профессор, зав. отделом теории и методологии гуманитарного образования, Институт высшего образования академии педагогических наук Украины.

26. Орлова Елена Викторовна, кандидат философских наук, доцент, СевмашВТУЗ, кафедра социологии и философии

27. Пичурин Лев Федорович, профессор кафедры культурологии и социологии, кандидат педагогических наук, Томский

## Медиаобразование: от теории – к практике

университет систем управления и радиоэлектроники

28. Розина Ирина Николаевна, д.пед.наук, доцент, профессор кафедры информационных технологий, НОУ ВПО Институт управления, бизнеса и права, г.Ростов-на-Дону,

29. Рац Марк Владимирович, д.геол.-мин.наук, профессор

30. Сенникова Ирина Александровна, кандидат педагогических наук, директор МОУ «СОШ №84» г. Северска

31. Степанов Александр Александрович, специалист, студент магистратуры, Санкт-Петербург

32. Тельцова Нина Александровна, студентка факультета журналистики Томского государственного университета.

33. Фатеева Ирина Анатольевна, зав. кафедрой журналистики, доцент, канд. филол. наук, ГОУ ВПО «Челябинский государственный университет»

34. Федоров Александр Викторович, доктор педагогических наук, профессор, президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России

35. Хатькова Светлана Александровна, учитель русского языка и литературы МОУ «Кисловская СОШ» (Томский район).

36. Хлызова Наталья Юрьевна, аспирант кафедры педагогики, Иркутский государственный лингвистический университет

37. Чукина Ирина Алексеевна, учитель русского языка и литературы МОУ «СОШ №84» г. Северска

38. Шафер Галина Михайловна, заведующая библиотекой МОУ «СОШ №32», г. Томск.

39. Щербакова Елена Анатольевна, к. филол. н., доц., директор Центра риторической культуры «Радость Творчества» (Киев, Украина)

40. Юмашева Наталья Владимировна, редактор газеты «Сами», г. Барнаул

# **МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ: от теории – к практике**

**Сборник материалов II Всероссийской  
научно-практической конференции  
«Медиаобразование в развитии науки, культуры,  
образования и средств массовой коммуникации»  
Томск, 4-5 декабря 2008**

**Составитель: И. В. Жилавская**

Компьютерная верстка: П. С. Арсеньев  
Ответственный за выпуск: Ю. Н. Кириленко

Для заметок

---

Для заметок

---

Для заметок

---