



УДК 342.813:37.041:070.447

**МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ, МЕДИАПРОСВЕЩЕНИЕ, МЕДИАКРИТИКА,
КИНОКРИТИКА КАК ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКОМПЕТЕНТНОСТИ
MEDIA EDUCATION, MEDIA ENLIGHTENMENT, MEDIA CRITICISM AND FILM
CRITICISM AS A FACTORS OF THE FORMATION OF MEDIA COMPETENCE**

**Я.И. Тяжлов
Y.I. Tyazhlov**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Россия, Белгород, 308015, ул. Победы, 85

Belgorod National Research University, 85, Pobeda Str., 308015, Belgorod, Russia

E-mail: yandzho@yandex.ru

Ключевые слова: массмедиа, медиапросвещение, медиаобразование, медиакритика, кинокритика.
Keywords: mass media, media enlightenment, media education, media criticism, film criticism.

Аннотация. Расширение возможностей информационно-коммуникационных технологий повышает значение медиакомпетентности и факторов, ее обеспечивающих, в связи с чем уточняется объем понятий «медиаобразование», «медиакритика», «медиапросвещение», что позволяет более точно дифференцировать их содержание, присущие им задачи и области взаимодействия. Особое внимание уделяется понятию «медиапросвещение», описываются денотируемые им признаки соответствующей объектной области, а также устанавливаются границы его применения. Актуализируется понятие кинокритики как репрезентативной среды для изучения медиапросветительского потенциала современных средств массовой коммуникации.

Abstract. The extend of communication technologies increases Media competence value and the factors providing it. In this connection the volume of the concepts such as "media education", "media criticism", "media enlightenment" is clarified. That allows to differentiate their contents, typical for them tasks and areas of their interaction more precisely. The special attention is paid to concept of a media enlightenment (mediaprosvesheniye). We also describe the signs corresponding to media enlightenment matching to object area and also establish borders of its application. The concept of film critics as representative environment for studying of media enlightenment of potential of modern mass media is actualized.

Сегодня проявляются значительные качественные изменения в функционировании массмедиа, связанные прежде всего с инновациями в области информационных технологий и сервисов. Интернет и рынок информационных технологий в последние десятилетия изменили не только облик массмедиа, коммуникативные механизмы, но и окружающую человека действительность, основы межличностной коммуникации, социальной перцепции. Современный мир сложно представить без доступной информации, социальных сетей, видеохостингов, мессенджеров и т.д.

Человек не способен сопротивляться информационной лавине без выработки индивидуальных механизмов интерпретации информации, ее оценки и систематизации, поэтому все более актуальными становятся стратегии потребления и распространения информации, ее фильтрации, информационной диеты и информационной гигиены.

Эффективному взаимодействию со средствами массовой коммуникации в условиях постоянной эволюции медиасреды способствует развитая медиакомпетентность, которая определяется как совокупность мотивов, знаний, умений, способствующих отбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме [1]. «Медиакомпетентность личности многомерна и требует широкой перспективы, основанной на развитой структуре знания. Это застывшая категория: теоретически увеличивать степень медиакомпетентности можно в течение всей человеческой жизни, воспринимая, интерпретируя и анализируя познавательную, эмоциональную, эстетическую и этическую медийную информацию, и аудитория, находящаяся на более высоком уровне медиаграмотности, обладает более высоким уровнем понимания, управления и оценки медийного мира» [1].

В условиях перманентной трансформации медиасреды актуализируется понятие медиапросвещения, как неинституционализированной, стихийной, естественной, непосредственной формы развития медиакомпетентности, которое требует сегодня более четкой дефиниции на фоне сформировавшихся и активно используемых в настоящий момент понятий «медиаобразование» и «медиакритика».

Дефиниция базовых терминов в значительной степени способствовала уточнению области взаимодействия медиаобразования, медиапросвещения и медиакритики, а также спектра присущих им задач.



Для более четкой дефиниции терминов «медиаобразование» и «медиапросвещение» в методологических целях мы обратились к более широким по объему родовым понятиям, лежащим в их основе: «образование» и «просвещение». Это позволило нам более точно раскрыть содержание термина «медиапросвещение» и описать денотируемые им признаки соответствующей объектной области, а также установить границы его применения.

Так, словарь «Профессиональное образование» определяет образование как «относительный результат процесса обучения, выражающийся в формируемой у обучающихся системы знаний, умений и навыков, а также процесс воспитания, самовоспитания, влияния» [2].

По международной стандартной классификации образования ЮНЕСКО термин «образование» «включает в себя все виды целенаправленной и систематической деятельности, осуществляемой в целях удовлетворения образовательных потребностей. Подразумевается, что под образованием понимается организационный и устойчивый процесс коммуникации, порождающий обучение» [2].

Международная стандартная классификация образования ЮНЕСКО 2011 г. рассматривает и четко разграничивает 2 типа образования — формальное и неформальное.

1. Формальное образование — институционализированное, целенаправленное (характеризуется продолжительностью и непрерывностью) (1), спланированное при участии государственных организаций и признанных государством частных организаций образование, что в целом составляет систему формального образования страны. «Институционализированным образованием считается такое образование, при котором организация предоставляет комплексные условия для образования, такие как отношения «ученик-учитель» и/или взаимодействие, специально предназначенное для целей образования и обучения» (1, с. 11). Квалификации формального образования признаются по определению и поэтому рассматриваются в международной стандартной классификации образования.

2. Неформальное образование — образование, которое институционализировано, целенаправленно и спланировано лицом или организацией, обеспечивающей предоставление образовательных услуг. Неформальное образование «является дополнением и/или альтернативой формальному образованию в обучении в течение всей жизни индивидуума». Обучение в рамках программ неформального образования часто ведется в целях реализации всеобщего права доступа к образованию. Неформальное образование доступно людям всех возрастов, но оно не обязательно имеет непрерывную направленную структуру; может быть коротким по продолжительности и/или низким по интенсивности; организуется в форме краткосрочных курсов, мастер-классов, семинаров, кружков. Неформальное образование чаще всего ведет к получению квалификаций, которые не признаются квалификациями формального образования или их эквивалентами, соответствующими национальными или субнациональными органами образования, либо квалификации совсем не присваиваются.

«Формальное и неформальное образование охватывает различные образовательные программы, разработанные в рамках национального контекста, такие как предварительное образование, обычное образование, программы «второго шанса», программы по ликвидации неграмотности, образование для взрослых, непрерывное образование, открытое и заочное образование, стажировка, техническое и профессиональное образование, образование для учащихся с особыми потребностями» (1, с. 11).

Международная стандартная классификация образования ЮНЕСКО 2011 г. МСКО не охватывает программы информального, случайного или несистемного обучения, возможности применения которых значительно расширились на фоне развития информационно-коммуникационных технологий.

1. Информальное обучение — формы обучения, которые являются целенаправленными или тщательно спланированными, но неинституционализированными. Информальное обучение менее организовано и менее структурировано, чем формальное или неформальное образование.

2. Случайное и несистемное обучение — различные формы обучения, которые не являются организованными и предполагают коммуникацию, не предназначенную для обучения. Случайное или несистемное обучение может стать побочным продуктом повседневной деятельности, мероприятий или коммуникации, не предназначенных для целенаправленного образования или учебной деятельности: общение при встрече или радио- и телепередачи, не являющиеся образовательными программами.

В соответствии с Модельным законом «О просветительской деятельности», принятом на двадцатом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ (постановление N 20-15 от 7 декабря 2002 года), просветительская деятельность квалифицируется как «разновидность неформального образования, совокупность информационно-образовательных мероприятий по пропаганде и целенаправленному распространению научных знаний и иных социально значимых сведений, формирующих общую культуру человека, основы его мировоззрения и



комплекс интеллектуальных способностей к компетентному действию (к практической деятельности «со знанием дела»» (2).

Действующий Модельный закон «О просветительской деятельности» определяет просвещение как «целенаправленный процесс информирования населения об имеющемся социально-культурном опыте, рассчитанный на большую, обычно не расчлененную на устойчивые группы аудиторию, и не предполагающий каких-либо формализованных процедур контроля за успешностью освоения сообщаемых сведений»(2).

В соответствии с тем же модельным законом «О просветительской деятельности» эффективность просвещения определяется как «оценочная категория, характеризующая результаты просветительской деятельности по критерию их соответствия поставленным социальным целям»(2).

Словарь «Профессиональное образование» определяет термин «просвещение» шире:

Просвещение — разновидность образовательной деятельности. Основная задача — широкое распространение знаний и иных достижений культуры, отвечающих запросам времени и способствующих правильному пониманию жизни в целом или ее отдельных сторон, а также пропаганда тех или иных идей, их внедрение в сознание людей в целях привлечения к участию в их воплощении; осуществляется посредством лекций, проповедей, бесед, диспутов, разного рода популярных изданий, выступлений в средствах массовой информации [2].

Медиаобразование сегодня 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» [3, с. 11].

Медиаобразовательные программы имеют институционализированный, целенаправленный, спланированный характер. Медиаобразование может являться как частью формального образования (подготовка квалифицированных специалистов в сфере медиа), так и частью неформальных образовательных практик (организуется в форме краткосрочных курсов, мастер-классов или семинаров).

Данные выше определения позволяют нам рассматривать медиапросвещение как широкое, многоуровневое распространение, продвижение актуальных знаний в области медиакультуры, развитие медиаграмотности, интеллектуальной независимости, в том числе при целенаправленном или стихийном участии средств массовой коммуникации и на их материале, не предполагающее каких-либо формальных процедур контроля. В отличие от медиаобразования, медиапросвещение может являться как частью неформального образования, так и носить характер информального, случайного или несистемного обучения, выступая в одной из своих ипостасей:

а) как составная часть неформального образования медиапросвещение характеризует наличие институционализированных, целенаправленных, комплексных, спланированных медиапросветительских программ. В этом значении термины «медиаобразование» и «медиапросвещение» могут употребляться как синонимы.

б) как составная часть информального обучения медиапросвещение носит целенаправленный, спланированный, но не институционализированный характер.

в) как составляющая часть случайного или несистемного обучения медиапросвещение осуществляется в процессе коммуникации, не предназначенной для обучения: межличностного взаимодействия (в том числе технически опосредованного), взаимодействия с медиасредой.

Медиакритика является одной из ключевых областей, смежных с медиапросвещением и медиаобразованием. Ее предметом является актуальное многоаспектное социальное функционирование средств массовой коммуникации.

А.П. Короченский разделяет журналистскую медиакритику на три взаимосвязанных вида: академическую, профессиональную («внутрицеховую», внутрикорпоративную), массовую.

Академическая медиакритика представлена «критико-журналистскими работами ученых и исследователей» [4], адресована как научным кругам, так и профессиональному сообществу, исследует наиболее сложные проблемы и процессы функционирования средств массовой коммуникации, требующие объективного, системного теоретико-аналитического подхода. Академическая медиакритика в силу своих содержательных характеристик и субъектно-объектной принадлежности тяготеет к медиаобразовательному дискурсу.

Профессиональная (внутрикорпоративная) медиакритика функционирует в рамках профессионального сообщества. В роли критиков выступают представители медийного сообщества, а также авторы, чьи профессиональные компетенции связаны с массмедиа. «Профессиональная медиакритика способствует самопознанию медиасообществ и внутрикорпоративной самокритике, совершенствованию мастерства творческих работников СМИ и постоянному пересмотру и развитию норм и критериев их профессионализма в соответствии с общественными потребностями. Произведения «внутрицеховой» медиакритики публикуются чаще всего на страницах профессиональных изданий по журналистике и отраслевых изданий» [4].

Массовая медиакритика обращена как к широкой, массовой аудитории, так и к акторам средств массовой коммуникации. Массовая медиакритика стимулирует общественный интерес к актуальным проблемам, тенденциям социального функционирования средств массовой коммуникации, представляет интерактивную площадку для диалога между аудиторией и медиа, способствует выработке общественного консенсуса в отношении спорных аспектов деятельности массмедиа, просвещает потребителей медийной информации в вопросах функционирования СМК.

Профессиональная и массовая медиакритика в силу своих содержательных характеристик и субъектно-объектной принадлежности тяготеют к медиапросветительскому дискурсу.

Стоит подчеркнуть, что ведущие в этой области исследователи (А.В. Федоров, А.П. Короченский и др.) рассматривают синтез медиаобразования и медиакритики как наиболее эффективный способ формирования медиакомпетентности личности.

Сходны и ключевые задачи медиаобразования и медиакритики.

«Empowerment and protection» [5, с. 129] — расширение возможностей и защита — так можно охарактеризовать основные задачи современного медиаобразования. В соответствии с опросом, проведенным А.В. Федоровым [3, с. 30-31] в 2003 году, эксперты считают важными следующие задачи медиаобразования:

- развитие способностей аудитории к критическому мышлению/критической автономии личности (84,27%);
- развитие способностей аудитории к восприятию, оценке, пониманию, анализу медиатекстов (68,88%);
- подготовка аудитории к жизни в демократическом обществе (61,89%);
- обучение аудитории пониманию социальных, культурных, политических и экономических смыслов и подтекстов медиатекстов (61,54%);
- обучение аудитории декодированию медиатекстов/сообщений (59,44%);
- развитие коммуникативных способностей личности (57,34%);
- развитие способностей аудитории к эстетическому восприятию, оценке, пониманию медиатекстов, к оценке эстетических качеств медиатекстов (54,90%);
- обучение аудитории творчески самовыражаться с помощью медиа (53,85%);
- обучение аудитории идентифицировать, интерпретировать медиатексты, экспериментировать с различными способами технического использования медиа, создавать медиа-продукты/тексты (50,00%);
- обучение аудитории теории медиа и медиакультуры (47,90%);
- обучение аудитории истории медиа и медиакультуры (37,76%).

Ключевые задачи медиакритики А.П. Короченский [6, с. 32] видит в следующем:

- познание значимых аспектов информационного производства;
- медиатексты
- изучение и изменение общественного восприятия медийного содержания и представлений о внешнем мире, складывающихся в сознании аудитории под воздействием СМК;
- влияние на отношение аудитории к отдельным СМК и медийному комплексу в целом, формирование общественной культуры изучения и оценки деятельности массмедиа, развитие духовного мира аудитории;
- содействие развитию и совершенствованию профессионально-творческой культуры создателей медиатекстов;
- содействие совершенствованию социальной среды функционирования средств массовой коммуникации и общественному прогрессу.

Медиапросвещение, являясь частью неформального образования и неформального, случайного и несистемного обучения, объединяет в себе как общепросветительские задачи, так и задачи медиаобразования и медиакритики.

Так, модельный закон «О просветительской деятельности» делегирует просвещению следующие задачи, «интегрирующие деятельность различных компонентов системы просвещения»(2):

- использование научного и культурного потенциала страны в интересах личностного развития ее граждан;
- своевременное информирование граждан о планируемых политических решениях органов власти и управления и разъяснение сути этих решений;
- содействие адекватному пониманию гражданами своих интересов, а также условий и обстоятельств их жизнедеятельности;
- содействие активному и компетентному участию граждан в различных видах практической деятельности, в том числе участию в общественных объединениях и движениях;
- содействие профессиональной, социальной, политической, культурной ориентации граждан;
- формирование общественного мнения по тому или иному актуальному вопросу.



Проанализировав ключевые задачи современного медиаобразования, медиакритики и просвещения в целом, а также опираясь на выявленную специфику феномена медиапросвещения, мы выделили ряд присущих ему задач:

- *содействие совершенствованию социальной среды функционирования средств массовой коммуникации и общественному прогрессу; продвижение гуманистических ценностей;*

- *обеспечение всеобщего права доступа к образованию; распространение знаний, информирование аудитории об имеющемся социокультурном опыте, развитие общей эрудиции аудитории, расширение медийного кругозора;*

- *формирование общественного мнения по актуальным вопросам современности, обеспечение общественной дискуссии, плюрализма мнений;*

- *декодирование культурных, политических и экономических смыслов и подтекстов медиатекстов; экспертная коррекция общественного восприятия медийного содержания и представлений о действительности, формирующихся в сознании аудитории под воздействием СМК;*

- *развитие способностей аудитории к критическому мышлению: пониманию, интерпретации эстетическому восприятию, оценке медиатекстов;*

- *содействие выработке индивидуальных механизмов оценки, фильтрации и систематизации информации, оптимизации коммуникации;*

- *содействие развитию и совершенствованию профессионально-творческой культуры создателей медиатекстов, выработка этических внутрикорпоративных нормативов;*

- *обучение аудитории теории и истории медиа и медиакультуры, развитие компетенций аудитории в области медиапроизводства;*

- *содействие профессиональной, социальной, политической, культурной ориентации аудитории; способствование активному и компетентному участию аудитории в различных видах практической деятельности.*

- *содействие социализации, эффективной самоидентификации реципиента посредством медиа; развитие коммуникативных способностей личности, способностей аудитории к медийному творчеству, умений самостоятельно создавать медиаконтент.*

Большинство этих задач сегодня наиболее наглядно реализуется в такой дискурсивной области как кинокритика. Кинокритика, способствующая эффективной интеракции между зрителем и киноиндустрией, рассматривается нами как репрезентативная среда для изучения медиапросветительского потенциала современных средств массовой коммуникации.

В связи с этим мы рассматриваем кино не только как искусство, но и как средство массовой коммуникации, высококонкурентную область массмедиа. Массмедиа — «(средства массовой коммуникации), технологии и институты, через которые централизованно распространяется информация и другие формы символической коммуникации крупным, гетерогенным и географически рассеянным аудиториям; одна из существенных форм распространения и бытия массовой культуры» [7, с. 289].

Кинопроцесс — сложная, многоаспектная дискурсивная область. Современная кинокритика не ограничивается исключительно интерпретацией эстетического кода, исследует не только художественные достоинства того или иного фильма, но и обращается к рассмотрению экономических, технологических, производственно-творческих, социокультурных аспектов кинодискурса, включает в сферу своего влияния другие каналы распространения аудиовизуальной информации (телевидение, интернет, рынок цифровых копий, носителей, средств воспроизведения, трансляции и т.д.).

В настоящее время мы отмечаем тенденцию к расширению понятия кинокритики. Кинокритика сегодня берет на себя функции медиакритики в области аудиовизуального контента. В «Словаре терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности» А.В. Федоров отмечает близость современных понятий медиакритики и кинокритики: «Медикритика (media criticism) — область журналистики, творческо-познавательная деятельность, в ходе которой осуществляется критическое познание и оценка социально значимых, актуальных творческих, профессионально-этических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону медийного содержания; это общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиатекстов, жанрово-стилевых форм их воплощения оказывается влияние на восприятие медийного содержания, на представления о материальном и духовном мире, формирующиеся в сознании аудитории (А.П. Короченский, 2003). Близкое понятие — кинокритика (film criticism)» [8, с. 26].

Кинокритика (film criticism) определяется А.В. Федоровым как «область журналистики, оперативного киноведения, творческо-познавательная деятельность, касающаяся как анализа, оценки различного рода аспектов функционирования кинематографа в социуме, так и конкретных кинематографических медиатекстов — фильмов. Близкие понятия: киноведение (film studies), медиакритика (media criticism)» [8, с. 19].

Близость медиакритики и кинокритики «вплоть до взаимопроникновения» отмечает и А.П. Короченский: «В содержании периодических изданий, в передачах радио и телевидения велика доля форм и жанров, свойственных искусству либо пограничным с ним областям творчества, а также гибридных, смешанных документально-художественных форм. Включаемые в содержание СМИ, они приобретают новые коммуникационные характеристики в качестве медиатекстов. Это объясняет их нахождение в поле зрения отечественных и зарубежных критиков СМИ, которые анализируют и оценивают как журналистский компонент медийного содержания, так и другие его компоненты. По этой причине медиакритике свойственна близость к другим областям критико-журналистского творчества — кинокритике, литературной, театральной, музыкальной критике — вплоть до взаимопроникновения. Одним из примеров такого взаимопроникновения является критико-журналистское творчество некоторых авторов публикаций в разделе «Media» журнала «Искусство кино», которое охватывает проблематику телевидения и Интернета, не имеющую отношения к кинематографу или к кинопоказу по ТВ» [4].

Очевидный медиапросветительский потенциал кинокритики, реализующийся как составная часть случайного, несистемного обучения, требует, тем не менее, систематизации выявленных ресурсов в плане развития медиакомпетентности аудитории.

Список источников

1. Международная стандартная классификация образования МСКО 2011. — Институт Статистики ЮНЕСКО, 2013. — 86с.
2. Модельный закон «О просветительской деятельности» — . — <http://docs.cntd.ru/document/901865093>

Список литературы

1. Федоров, А.В. Синтез медиаграмотности и медиакритики: мнения экспертов / Кино-Театр.ru / История кино, 05.07.2015 — . — <http://www.kino-teatr.ru/kino/art/kino/4043/>
2. Вишнякова, С.М. Профессиональное образование. Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика. — М.: НМЦ СПО. 1999.
3. Федоров, А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. — Таганрог.: Изд-во Кучма, 2004. — 340с.
4. Короченский, А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. — Санкт-Петербург, 2003.
5. Carlsson, U. Young People in the European Digital Media Landscape. Challenges and Opportunities / Media literacy in Europe Controversies, Challenges and perspectives. — Bruxelles, 2009. — 192с.
6. Короченский, А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. — Ростов-на-Дону.: Международный институт журналистики и филологии, 2002. — 272с.
7. Шапинская, Е. Массмедиа / Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. / Под ред. В.В.Бычкова. — М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2003. — 607 с.
8. Федоров, А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. — 64с.