


# Российское медиаобразование: где проходит водораздел?



*И.В. Жилавская, к.ф.н., президент  
Сибирской ассоциации медиаобразования*

# Направления развития медиаобразования, которые сегодня требуют коррекции

- **Медиаобразование будущих профессионалов** в мире прессы, радио, телевидения, кино, видео и Интернета.
- **Медиаобразование будущих педагогов** в университетах и педагогических институтах, в процессе повышения квалификации преподавателей вузов и школ.
- **Медиаобразование как часть общего образования** школьников, обучающихся в обычных школах, а также студентов вузов, которое, в свою очередь, может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным.
- **Медиаобразование в учреждениях дополнительного образования** и досуговых центрах.
- **Дистанционное медиаобразование** школьников, студентов и взрослых с помощью прессы, телевидения, радио, видео, DVD, системы Интернет.
- **Самостоятельное непрерывное медиаобразование** в течение всей жизни человека.

## Направления развития медиаобразования, которые требуют коррекции



- **Медиаобразование будущих профессионалов** в мире прессы, радио, телевидения, кино, видео и Интернета.
- ***Сомнение!***
- Слишком широко понимается медиаобразование.
- Профессионалов в мире медиа готовят факультеты журналистики.
- Речь должна идти об особой подготовке (специализации) из числа будущих журналистов специалистов в области медиаобразования (для работы в образовательных учреждениях и СМИ).

## Направления развития медиаобразования, которые требуют коррекции



- **Дистанционное медиаобразование** школьников, студентов и взрослых с помощью прессы, телевидения, радио, видео, DVD, системы Интернет.
- Это не направление медиаобразования, а лишь форма, которую можно использовать на всех уровнях образования.

# Что мы имеем сегодня?



- В медиаобразовании, как российском, так и зарубежном, исторически сложились два подхода:
- дидактический и гражданский.

# Два подхода к медиаобразованию



- **Дидактический** - всестороннее развитие личности, социальная и культурная адаптация, образование, направленное, главным образом, на молодежь.
- **Гражданский** - часть основного права гражданина на свободу самовыражения и получения информации, медиаактивность, предполагающая деятельность различных групп населения.

# На основе двух подходов сложились две модели медиаобразования

## ● ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ

- Педагог и учащийся находятся в отношениях по поводу медиа, получают о медиа дополнительные сведения, описывают их, интерпретируют, анализируют медиатексты.
- Медиатексты играют дидактическую роль.
- Личность выступает в роли объекта воспитания, педагогического воздействия.

## ● ЖУРНАЛИСТСКАЯ

- Формируется на основе отношений непосредственно внутри медийного пространства.
- Роли «педагог» и «учащийся» полностью совпадают с ролями «журналист» и «аудитория».
- Отношения строятся на основе совместного создания информационного продукта.

# Субъекты медиаобразовательной деятельности

## ● ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ

- Медиапедагоги, учителя различных дисциплин, педагоги дополнительного образования, завучи по воспитательной работе, социальные педагоги, вожатые.

## ● ЖУРНАЛИСТСКАЯ

- Журналисты печатных СМИ, телевидения и радио, режиссеры, операторы, дизайнеры, фотографы, интернет-журналисты, медиаменеджеры, другие представители медийного сообщества.



# Адресаты медиаобразовательной деятельности

## ● ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ

- Учащиеся школ, колледжей, гимназий, студенты высшего и среднего профессионального образования, слушатели курсов дополнительного образования, дошкольники

## ● ЖУРНАЛИСТСКАЯ

- Аудитория, представляющая разные слои и группы населения: молодежь, пенсионеры, представители власти, бизнеса, НКО, люди с ограниченными физическими возможностями и т.д.

# Формы медиаобразования




- **ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ**

- Интеграция в школьное базовое образование, самостоятельная дисциплина, внеурочная деятельность, специализация в вузе, курсы, спецкурсы, кружки, факультативы и т.д.

- **ЖУРНАЛИСТСКАЯ**

- Создание информационных продуктов в форме газет, журналов, теле- и радиопрограмм, интернет-проектов, мастер-классы, медиафестивали, творческие конкурсы, читательские конференции и т.д.

В Концепции долгосрочного развития РФ до **2020** года рассматриваются три стратегии образования



- **Формальное** - начальное, среднее, средне-специальное, высшее.
- **Неформальное** - система курсов дополнительного образования, повышения квалификации, образовательные центры, кружки.
- **Информальное** – индивидуальная познавательная деятельность, сопровождающая человека всю жизнь и не обязательно носящая целенаправленный характер, спонтанное образование, реализующееся за счет собственной активности индивида.

# Чтобы говорить на одном языке



- Предлагается все направления медиаобразования выстроить в соответствии с Концепцией долгосрочного развития РФ до 2020 года.
- Это приведет в систему существующие концепты медиаобразования.
- Будет способствовать более успешной интеграции медиаобразования в систему образования Российской Федерации в целом.

# Формальное медиаобразование



- **ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ:**
- для сферы медиа - на профильных факультетах вузов (журналисты, информационные менеджеры, редакторы, продюсеры, рекламисты, пиар-специалисты и проч.);
- для сферы педагогики - на профильных факультетах высшего и среднего образования (учителя, педагоги высшего, среднего и дополнительного образования).

# Формальное медиаобразование



- **МАССОВОЕ:**
- общее (школы, лицеи, гимназии);
- среднее (учреждения среднего профессионального образования) - гуманитарные и технические;
- высшее (институты, университеты, академии, высшие школы) - гуманитарные и технические.

# Неформальное медиаобразование



- Для различных социальных групп (чиновники, предприниматели, общественники, женщины, студенты, безработные и проч.):
- в учреждениях дополнительного образования;
- досуговых центрах, клубах;
- в медиаорганизациях.

# Информальное медиаобразование



- Ненаправленное самостоятельное освоение социально-культурного опыта вне жестких рамок организованного педагогического процесса. Реализуется в различного рода аудиторных группах и объединениях, в частности, в просветительских обществах, библиотеках, музеях, а также посредством СМИ, происходит в процессе любого информационного или коммуникативного действия.
- Осуществляется в медиасреде в течение всей жизни под воздействием личной мотивации.



# О целях медиаобразования



<b>Цель</b>	<b>ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ</b> Воспитание медиакомпетентной личности	<b>ЖУРНАЛИСТСКАЯ</b> Формирование лояльной аудитории СМИ
<b>Средства</b>	Демонстрация, презентация, описание	Привлечение, моделирование, взаимодействие
<b>Доминирующие коммуникативные стратегии</b>	Воздействие через обучение	Воздействие через практику

# Эффекты медиаобразовательной деятельности

	<b>ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ</b>	<b>ЖУРНАЛИСТСКАЯ</b>
<b>Характер мотивации</b>	Инициативный. В отсутствии системы работают отдельные энтузиасты на основе личного опыта и интереса	Коммерческий. Работают профессионалы в сфере медиа в системе маркетинговых кампаний
<b>Результат</b>	Повышение уровня медиакомпетентности личности	Формирование лояльной по отношению к СМИ коммуникативной среды, повышение рыночных показателей СМИ
<b>Эффективность</b>	Отложенная во времени	Решаются как оперативные, так и стратегические задачи

# Некоторые итоги



- Журналистская модель медиаобразования имеет прикладной характер и выраженную экономическую мотивацию медиаспециалистов. Это один из инструментов маркетинга.
- Педагогическая модель по определению предполагает более высокую ценностную составляющую.
- Сегодня далеко не все руководители СМИ готовы ставить перед собой задачу повышения уровня медиакомпетентности аудитории, повышения ее медиаактивности. Многие СМИ преследуют иные цели: с меньшими затратами получить быструю и максимальную прибыль.
- Сегодня далеко не все педагоги понимают, что медиаобразование – это работа не с компьютерными программами, а со смыслами, что медиа – это не только аудио, видео и интернет, а и книга, газета, рисунок и речь тоже.

# Размышления для СМИ



- Новый характер медиаповедения аудитории заставляет редакции СМИ прибегать к новым редакционным технологиям работы с этой аудиторией. Медиаобразовательные технологии в этом процессе играют существенную роль.
- Редакциям следует заниматься обучением информальных авторов умению создавать информационные продукты для повышения уровня их профессионализма и обеспечения лояльности по отношению к СМИ.
- Медиаобразовательные технологии органично вписываются в инструментарий стратегических коммуникаций медиабизнеса.
- Современные редакции создают организационные структуры для продвижения СМИ в виде маркетинговых служб, куда входят проект-менеджеры, пиарщики, копирайтеры, криейтеры и проч.
- Специализированные структуры взаимодействуют со школами, библиотеками, факультетами журналистики, культурными центрами, всеми, кто формирует социокультурную среду.

# Размышления для образовательных учреждений

- Центральной идеей медиаобразования является его деятельностный подход, поэтому оно с трудом вписывается в традиционную урочную систему с укоренившейся парадигмой отношений «учитель-ученик».
- Возможно, более органично медиаобразование может происходить в рамках внеурочной деятельности, а основные ценностные составляющие медиакультуры личности могут быть интегрированы в уже существующие дисциплины.
- В образовательных учреждениях должны появиться медиацентры, в которых учащиеся или студенты будут отрабатывать навыки работы с информацией. Это современные аналоги бывших детских и молодежных организаций.
- Для работы в этих центрах следует готовить специалистов, владеющих медиаобразовательными технологиями. Ими могут быть выпускники университетов (факультеты журналистики, связей с общественностью, психологии и др.), педагогических вузов по соответствующей специализации.
- В перспективе следует вести речь об открытии специальности «Медиаобразование».

Формула создания  
социально активной среды



- **Общественно-активные школы**  
+  
**социально-активные СМИ**  
=  
**гражданское общество**