



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2021. Т. 21, вып. 3. С. 310–315

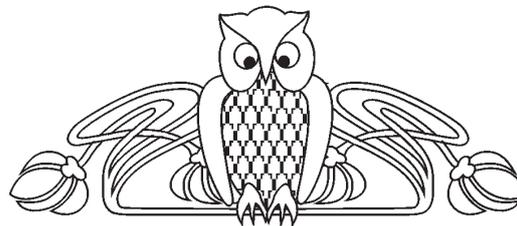
Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 2021, vol. 21, iss. 3, pp. 310–315

<https://soziopolit.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-3-310-315>

Научная статья
УДК 32.019.51

Грани медиаобразования в трудах научной школы А. В. Федорова: политические аспекты



А. А. Казаков

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Казаков Александр Александрович, кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук, aldr.kazakov@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3140-0977>

Аннотация. Эмпирической основой данной статьи стали пять монографий А. В. Федорова и его коллег, опубликованные в 2013–2015 гг. Автор обращает внимание на отдельные, наиболее, на его взгляд, актуальные и важные в настоящий момент сюжеты, затрагиваемые в рассматриваемых работах. Обосновывается тезис о том, что в современных условиях все более очевидной становится необходимость развития социально-политического направления медиаобразования.

Ключевые слова: медиаобразование, политика, медиаграмотность, манипулирование, массмедиа

Для цитирования: Казаков А. А. Грани медиаобразования в трудах научной школы А. В. Федорова: политические аспекты // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2021. Т. 21, вып. 3. С. 310–315. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-3-310-315>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Media education facets within writings of A. V. Fedorov's scholarly group: Political dimension

А. А. Kazakov

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Alexander A. Kazakov, aldr.kazakov@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3140-0977>

Abstract. Empirical base of this article is comprised of five monographs by A.V. Fedorov and his colleagues published from 2013 to 2015. The author highlights several, from his point of view, the most urgent and important issues touched on in the writings considered. An idea is substantiated that necessity to develop social and political model of media education is becoming patently obvious nowadays.

Keywords: media education, politics, media literacy, manipulation, mass media

For citation: Kazakov A. A. Media education facets within writings of A. V. Fedorov's scholarly group: Political dimension. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology*, 2021, vol. 21, iss. 3, pp. 310–315 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-3-310-315>

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Интенсивное развитие технологий и динамичное проникновение Интернета в повседневную жизнь людей стали ключевыми факторами трансформации массовой коммуникации. Так, по данным агентства «We are social» и сервиса «Hootsuite», каждую секунду доступ к Интернету впервые получают одиннадцать человек¹. В день, таким образом, пользователей Сети становится почти на миллион больше. С 2012 г., когда таковых было 2 млрд чел., их количество удвоилось до сегодняшних 4,9 млрд (данные приведены по состоянию на 30 сентября 2020 г.². Стало быть, если нынешняя динамика прироста сохра-

няется, уже через 10–12 лет охват человечества «всемирной паутиной» будет близким к стопроцентному.

Схожая с общемировой картина наблюдается и в нашей стране. Согласно исследованиям компании «Mediascope», в 2020 г. Интернетом в России хотя бы раз в месяц в среднем пользовались 95,6 млн чел. старше 12 лет, что составляет около 78,1% населения страны. При этом показатель проникновения Интернета в России среди более молодого населения (до 44 лет) в 2020 г. превысил 90%, а среди самых молодых россиян (12–24 лет) и вовсе приблизился к 100%³.



Вполне закономерно, что чем больше становится пользователей Интернета, тем больше информации они производят. Согласно докладу аналитической компании IDC «Эра данных 2025», к 2025 г. объем всех данных в мире достигнет 163 зеттабайт, что в десять раз больше, чем аналогичный показатель в 2016 г., и более чем в тысячу раз по сравнению с 2006 г.⁴ Получается, что объем информации на Земле увеличивается в геометрической прогрессии. Однако совершенно очевидно, что возможности человеческого мозга по ее переработке развиваются далеко не столь же быстро (если вообще не ухудшаются из-за имеющих сегодня место информационных перегрузок).

В этой связи существенно возрастает и без того важная роль медиаобразования. Как не утонуть в этом постоянно пополняемом океане данных и информации? Как найти в нем то, что необходимо, и отсеять ненужное, недостоверное, вредное? Как правильно понять и интерпретировать найденное? Наконец, как защитить себя и окружающих от фейков и манипуляций? На наш взгляд, именно качественное медиаобразование способно предложить квалифицированные ответы на эти (и многие другие!) вопросы.

Ярко выраженным лидером развития медиаобразования в России является научная школа, возглавляемая А. В. Федоровым. Важно отметить, что первенство данного исследовательского центра признано как на отечественном, так и на международном уровнях: в 2019 г. А. В. Федоров первым из российских педагогов получил почетную международную награду «Глобальная медийная и информационная грамотность» (Global Media and Information Literacy Award – 2019), ежегодно присуждаемую при участии ЮНЕСКО за выдающиеся достижения и руководящую роль в области информации и медиа.

За прошедшие тридцать с лишним лет А. В. Федоровы и его учениками были опубликованы десятки монографий и сотни статей в научных журналах, в том числе в зарубежных, входящих в престижнейшие базы данных Scopus и Web of Science. Тщательно разработаны самые разнообразные аспекты медиаобразования, сформулированы практические рекомендации по его развитию в школах, вузах и учреждениях дополнительного образования. Во многом именно усилиями А. В. Федорова впервые в отечественной истории в Федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования введена специализация «Медиаобразование».

Накопленный данной научной школой опыт, безусловно, требует осмысления. В этом плане трудно не согласиться с А. В. Федоровым и его коллегами, полагающими, что «нельзя успешно и эффективно развивать медиаобразование без систематизации и обобщения имеющихся его направлений и процессов в европейском и мировом контексте»⁵. Добавим лишь, что отече-

ственный контекст как минимум не менее важен. Отрадно видеть, что отдельные попытки творческого обобщения сформулированных представителями этой школы идей, моделей и концепций уже предпринимаются⁶. Однако подготовленный представителями таганрогской научной школы медиаобразования пласт исследовательских работ и трудов настолько обширен, что позволяет (а в каком-то смысле даже обязывает) отдельно анализировать самые разные аспекты их творческого арсенала.

Эмпирической базой нашего анализа стали пять монографий А. В. Федорова и его коллег, опубликованные в 2013–2015 гг. Все они так или иначе посвящены истории и современным особенностям и моделям развития медиаобразования в России, странах ближнего и дальнего зарубежья. Помимо тематической направленности, объединяющей эти издания чертой является также и то, что в них содержится не только скрупулезный теоретический разбор рассматриваемых сюжетов, но и весьма существенная практическая составляющая: словари относящихся к медиаобразованию терминов, программы учебных курсов, подборки публикаций, адреса профильных сайтов, анкеты, варианты тестов и заданий, которые можно использовать на медиаобразовательных занятиях.

Разумеется, целью настоящей статьи не является изложение основного содержания указанных трудов. Все они находятся в открытом доступе на соответствующих интернет-ресурсах, и потому любой увлеченный медиаобразовательной тематикой человек наверняка найдет в них то, что интересно именно ему. Скорее, мы обратим внимание на отдельные важные моменты, которые в настоящий момент, по нашему мнению, особенно актуальны или же носят дискуссионный характер. Кроме того, все они так или иначе имеют прямое или косвенное отношение к политике.

Прежде всего, хотелось бы обратить внимание на отдельные терминологические нюансы. С определенного момента термину «медиаграмотность» А. В. Федоров предпочитает «медиакомпетентность», считая его «более точно определяющим суть имеющихся у индивида умений использовать, анализировать, оценивать и передавать медиатексты в различных видах, формах и жанрах»⁷. Полагаем, что в общем виде оба этих понятия во многом синонимичны. Да, если глубоко погрузиться в лексические нюансы, между ними действительно можно обнаружить определенные различия. В работах представителей научной школы А. В. Федорова они четко прописаны. С другой стороны, имеются аргументы и в пользу медиаграмотности. К числу таковых, на наш взгляд, можно отнести как минимум два.

Первый – это то, что в западной науке (по крайней мере, в заокеанской) более распространенной и привычной является все же медийная



«грамотность» (media literacy), а не «компетентность». Чтобы убедиться в этом, можно, например, сравнить количество публикаций, издаваемых по соответствующим запросам в базе данных Web of Science: «media literacy» встречается в заголовках научных работ значительно чаще, чем «media competence». В определенном смысле следование научному мейнстриму (в хорошем понимании этого слова) может облегчить интеграцию российских ученых в мировое академическое пространство.

Второй довод – более абстрактный и, возможно, даже субъективный: представляется, что быть «компетентным в чем-либо» обычно воспринимается как нечто желаемое, но не абсолютно необходимое, а вот быть «грамотным» (пусть и применительно к отдельно взятой медийной сфере) звучит как нечто само собой разумеющееся. Считаем, что тем самым важность формирования у каждого человека анализируемых навыков подчеркивается уже на уровне подсознательного восприятия слов. К тому же само понятие грамотности, на наш взгляд, за последние полвека существенно трансформировалось. Если раньше под этим понималось исключительно умение читать и писать, то теперь сюда включается более широкий спектр навыков социальной коммуникации, включая способность эффективно перерабатывать информацию, получаемую из массмедиа. Это своего рода «расширенная грамотность», только обладая которой, человек может полноценно участвовать в жизни современного общества⁸.

Однако в подавляющем большинстве случаев, повторимся, использование медийной «грамотности» и «компетентности», по большому счету, равнозначно.

Безусловной заслугой возглавляемого А. В. Федоровым научного коллектива следует признать выделение наиболее типичных теорий (культурологической, эстетической, семиотической, социокультурной, этической, идеологической, экологической, протекционистской, религиозной, практической и некоторых других), направлений и моделей медиаобразования. Особенно актуальным в настоящий момент нам видится анализ последних. К их числу обоснованно отнесены такие медиаобразовательные модели, как образовательно-информационные (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т.д.), воспитательно-этические (рассмотрение моральных, философских проблем на материале медиа), теологические (рассмотрение религиозных, моральных, философских проблем на материале медиа), практико-утилитарные (практическое изучение и применение медиатехники), эстетические (ориентированные прежде всего на развитие художественного вкуса и анализ лучших произведений медиакультуры) и социокультурные (социокуль-

турное развитие творческой личности в плане восприятия, воображения, зрительной памяти, интерпретации, анализа, самостоятельного, критического мышления по отношению к медиатекстам любых видов и жанров)⁹.

Очевидно, что выделенные модели включают в себя практически все возможные варианты направленности медиаобразования. Предложенный перечень является результатом скрупулезного многолетнего анализа используемых в разных странах практик культивирования навыков и умений, связанных с медиа. Между тем реалии современного мира (в первую очередь, хорошо всем известные вызовы и пороки постправды), на наш взгляд, диктуют необходимость разработки и внедрения дополнительной или синтетической модели. Условно ее можно назвать социально-политической. В нашем понимании, она должна быть ориентирована не столько на культурологические, семиотические, эстетические или этические теоретические основания, сколько на конкретные характеристики общественно-политического базиса, влияющие на характер взаимодействия медиа и их аудитории. Иначе говоря, в рамках такой модели обучающиеся должны получать базовое представление о том, каким образом СМИ могут использоваться в политических целях и как можно защититься от связанных с этим манипуляций.

Более того, считаем, что предлагаемый социально-политический вектор в том или ином виде может присутствовать в рамках минимум пяти из шести направлений медиаобразования, предложенных А. В. Федоровым и его коллегами. Напомним, что к числу таковых они относят: 1) медиаобразование будущих профессионалов – журналистов, кинематографистов, редакторов, продюсеров и др.; 2) медиаобразование будущих педагогов в университетах, педагогических институтах, на курсах повышения квалификации; 3) медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, ссузах, вузах; 4) медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной работы, эстетического и художественного воспитания, клубах по месту жительства и т.д.); 5) дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью телевидения, радио, прессы, Интернета; 6) самостоятельное/непрерывное медиаобразование (которое теоретически может осуществляться в течение всей жизни человека)¹⁰. Возможно, лишь четвертое направление можно «освободить» от общественно-политической составляющей, в остальных же пяти, по нашему мнению, она сегодня необходима.

Собственно, говоря о важности политического ракурса, мы не спорим с А. В. Федоровым



и его коллегами. В одной из своих работ они сами совершенно справедливо пишут следующее: «...современные медиа во всем мире, включая Россию, часто используют так называемые манипулятивные технологии для воздействия на аудиторию. Жить в демократическом обществе означает, помимо всего прочего, уметь делать осознанный выбор, в том числе и по отношению к медиатекстам. Научить учащихся распознавать способы и формы манипулятивного воздействия медиа, научить ориентироваться в современном информационном потоке – важнейшие задачи медиаобразования»¹¹. Скорее, в данном случае мы пытаемся адаптировать направленность развития критического мышления в процессе медиаобразования к современным российским (и, к сожалению, общемировым тоже) условиям.

Важно заметить, что, в отличие от мэтра мирового медиаобразования Л. Мастермана, мы не склонны противопоставлять эстетический и идеологический подходы к медиапедагогике. Оба они по-своему важны. Более того, убеждены, что в большинстве случаев они могут быть органично соединены. Например, что мешает там, где это возможно, параллельно анализировать глубоко художественные, эстетические достоинства, скажем, кинокартин или газетных публикаций и те конкретно-исторические условия, в которых они были созданы, их политические контекст и подтекст? В некоторых же случаях это и вовсе представляется нам абсолютно необходимым. Разве можно обойтись без рассмотрения политической составляющей при обсуждении со зрителями (будь то школьники или уже взрослые люди), например, «Утомленных солнцем» или «Союза спасения»? На наш дилетантский в области киноискусства взгляд, оставлять за рамками внимания медиапедагога подобные сюжеты в таких случаях было бы неправильно.

Думается, что, затронув этот вопрос, мы убедились в истинности еще нескольких положений, изложенных в трудах таганрогской научной школы. Прежде всего, имеем в виду тезис о наметившейся в последние годы тенденции синтеза медиаобразования и медиакритики, а также о потенциальной способности последней (обращенной не только к медийным профессионалам, но и к широкой аудитории) «осуществить медиаобразование самых широких слоев общества в течение всей жизни»¹².

Второе положение касается роли власти в формировании медийной культуры населения: «В принципе ясно, почему развитие медиаобразования и медиакритики не получало официальной поддержки в советские времена. Власть была заинтересована в том, чтобы массовая аудитория (как взрослая, так и школьно-студенческая) как можно меньше задумывалась по поводу целей и задач создания того или иного (особенно «госу-

дарственно значимого») медиатекста. Отсутствие медиаграмотной / медиакомпетентной публики всегда открывало широкий простор для манипуляций в прессе, на радио и ТВ, естественно, в сторону, выгодную Власти»¹³. Многое ли изменилось с тех пор? Сложно однозначно ответить на этот вопрос.

По нашему глубокому убеждению, наряду с законодательным регулированием циркулирования фейковой информации, одним из важнейших способов, при помощи которых государство может способствовать распространению принципов медийной грамотности, является внедрение соответствующих практик в систему образования.

Вопрос о форматах и уровнях медиаобразования также занимает одно из важных мест в научных трудах А. В. Федорова и его коллег. Говоря о школе, они ставят абсолютно справедливые вопросы: «Быть может, медиаобразование все-таки можно успешно интегрировать в традиционные обязательные школьные дисциплины? А в дополнение к этому ввести и факультативные курсы по выбору?»¹⁴. Очевидно ведь, что чем раньше начнется погружение молодого человека в медиаобразовательную тематику, тем скорее у него может сформироваться иммунитет перед наполняющими сегодняшний мир манипуляциями, фейками и прочими неотъемлемыми атрибутами постправды. К тому же в ряде стран (Канаде, Австралии, Венгрии) это уже успешно реализовано – медиакультура изучается там начиная с первых классов школ.

Разумеется, мы не говорим о том, что в школах непременно нужно вводить обязательные курсы медиаобразования. В данном случае можно вполне согласиться с теми, кто считает, что школьная программа сегодня и без того перегружена. Однако на уровне факультативных дисциплин или как один из подразделов обществознания медиаобразовательный компонент, считаем, должен быть внедрен.

Естественно, в таком формате невозможно (да и не нужно!) глубоко рассмотреть теорию и историю вопроса. Достаточно просто познакомить детей с наиболее распространенными приемами и целями манипулятивного воздействия при помощи медиа, рассказать им об основных социально-психологических механизмах, используемых авторами медиатекстов для воздействия на аудиторию, научить выявлять логику и задумку автора, продемонстрировать все это на конкретных примерах. В этом смысле предложенная возглавляемым А. В. Федоровым коллективом последовательность развития «антиманипулятивного» аналитического мышления аудитории на медиаматериале¹⁵ представляется совершенно обоснованной и – главное – реализуемой на практике. При желании все это можно легко уместить в несколько уроков.



Если в отношении школьного образования голоса противников внедрения в него медиаобразовательной составляющей еще слышны, то с тем, что это должно преподаваться в вузах, согласны, кажется, практически все. Более того, с относительно недавних пор ученые любого вуза России может самостоятельно принять решение о введении медиаобразования как вариативной (профильной) части обучения практически по всем педагогическим направлениям бакалавриата и магистратуры.

Более того, все чаще звучат мнения о том, что медиаобразовательные курсы или семинары нужны как студентам-педагогам, так и действующим преподавателям¹⁶. От себя добавим, что потребность в этом испытывают не только педагоги (дипломированные или только готовящиеся стать таковыми), но и представители других специальностей. В этом плане остается только сожалеть о том, что практика преподавания в российских вузах медиаобразовательных дисциплин пока распространяется достаточно медленно.

Наконец, еще один уровень медиаобразования, который также затрагивается в работах таганрогской научной школы и других ученых, предполагает развернутую долговременную общественно-просветительскую деятельность, ориентированную на «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»¹⁷. Представляется, что в условиях, когда внедрение медиаобразовательных компонентов в школьные и вузовские учебные планы «пробуксовывает», именно широкая общественно-просветительская работа по распространению принципов медиаграмотности среди населения становится едва ли не основным способом повышения общей медийной культуры граждан.

Таковы основные моменты, которые показали нам заслуживающими особого внимания среди широкого круга медиаобразовательных сюжетов, затронутых в пяти упомянутых выше монографиях А. В. Федорова, его коллег, соратников и учеников. Подчеркнем еще раз, что выбор этих аспектов был продиктован во многом субъективными факторами – тем, что нам самим (в том числе в силу наших собственных научных интересов) показалось важным, актуальным и в чем-то, возможно, даже дискуссионным. На самом же деле в этих работах содержится гораздо более обширный пласт проблем, касающихся истории, современного состояния,

теории и практики медиаобразования в нашей стране и за ее пределами.

Вне всяких сомнений, человеку, желающему разобраться в особенностях отечественного или зарубежного медиаобразования, или же ученому, изучающему данную сферу, не обойтись без анализа трудов представителей таганрогской научной школы. В шестидесятые годы прошлого века этот славный город на берегу Азовского моря «прогремел» на весь Советский Союз благодаря так называемому таганрогскому проекту Б. А. Грушина, который среди прочего предполагал поиск способов повышения эффективности информационной работы в обществе. Весьма символично, что несколько десятилетий спустя Таганрог снова во весь голос заявил о себе в аналогичной сфере науки, только на сей раз – как центр исследований по медиаобразованию, одной из целей которого как раз и является защита граждан от последствий применения не всегда добросовестных методов этой самой информационной деятельности.

Примечания

- 1 См.: Вся статистика Интернета за 2019 г. – в мире и в России. URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 02.02.2021).
- 2 См.: World Internet Usage and Population Statistics. 2020 year – Q3 estimates. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (дата обращения: 02.02.2021).
- 3 См.: Аудитория интернета в России в 2020 году. URL: <https://mediascope.net/news/1250827/> (дата обращения: 02.02.2021).
- 4 См.: Data Age 2025. The Digitization of the World : From Edge to Core. URL: <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf> (дата обращения: 02.02.2021).
- 5 Федоров А. В., Левицкая А. А., Чельшиева И. В., Мурюкина Е. В., Григорова Д. Е. Медиаобразование в странах Восточной Европы. М. : МОО «Информация для всех», 2014. С. 7.
- 6 См.: Hazanov I. The World of Media in the Research of the Scientific School “Media Education and Media Competence” // Media Education (Mediaobrazovanie). 2020. Vol. 60, № 4. P. 645–652. <https://doi.org/10.13187/me.2020.4.645> www.ejournal53.com
- 7 Федоров А. В. Медиаобразование : история и теория. М. : МОО «Информация для всех», 2015. С. 332–333.
- 8 См.: Cappello G., Felini D., Hobbs R. Reflections on global developments in media literacy education : Bridging theory and practice // Journal of Media Literacy Education. 2011. Vol. 3, № 2. P. 68.
- 9 См.: Федоров А. В., Онкович А. В., Левицкая А. А. Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом / под ред. А. В. Федорова. Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та имени А. П. Чехова, 2013. С. 167.



- ¹⁰ См.: Федоров А. В., Чельшева И. В., Мьюкина Е. В., Горбаткова О. И., Ковалева М. Е., Князев А. А. Мас-совое медиаобразование в СССР и России : основные этапы / под ред. А. В. Федорова. М. : МОО «Информация для всех», 2014. С. 8.
- ¹¹ Федоров А. В., Новикова А. А. Медиаобразование в ведущих странах Запада. М. : МОО «Информация для всех», 2014. С. 68.
- ¹² Федоров А. В., Онкович А. В., Левицкая А. А. Указ. соч. С. 183.
- ¹³ Там же. С. 188.
- ¹⁴ Федоров А. В., Левицкая А. А., Чельшева И. В., Мьюкина Е. В., Григорова Д. Е. Указ. соч. С. 5.
- ¹⁵ Там же. С. 7.
- ¹⁶ См.: Баранов О. А. Медиаобразование в школе и вузе : учеб. пособие. Тверь : Изд-во Твер. гос. ун-та, 2002. С. 18 ; Сапунов Б. С. Образование и медиакультура // Высшее образование в России. 2004. № 8. С. 31 ; Semali L. Literacy in Multimedia America. New York ; London : Falmer Press, 2000. P. 70.
- ¹⁷ Короченский А. П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 2003. С. 187–188.

Поступила в редакцию 29.03.2021, после рецензирования 10.04.2021, принята к публикации 15.04.2021
Received 29.03.2021, revised 10.04.2021, accepted 15.04.2021