

УДК 371.69:004.3

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КОНВЕРГЕНЦИИ МЕДИА- И ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ

Жилавская И.В.

*Московский государственный гуманитарный университет
имени М.А. Шолохова, Москва, e-mail: zhiv3@yandex.ru*

В последние годы во всем мире медиаобразование как образовательная технология претерпевает существенные изменения. Эти изменения связаны с различными факторами мировоззренческого, методологического, социального, технологического характера. Происходящие трансформации столь существенны, что медиаобразование как достаточно молодое направление научной мысли вновь требует переосмысления понятийного аппарата. В данной статье раскрываются проблемы выработки новой концепции медиаобразования, уточняются понятия «медиа» и «информация», обосновывается их генетическая связь. Особое внимание уделяется принадлежащей ЮНЕСКО идее слияния двух видов грамотности – медийной и информационной, возникновению принципиально нового вида грамотности – медиа-информационной грамотности как новой грамотности XXI века. В статье раскрывается понятие «ноосферное медиаобразование», прослеживается его связь с концепцией медиа-информационной грамотности, дается обоснование понятию «информальное образование» в контексте медийного образования.

Ключевые слова: медиа, информация, грамотность, ноосферное медиаобразование, информальное образование, медиа-информационная грамотность

PROBLEM OF CREATION OF MEDIA EDUCATION CONCEPTUAL APPARATUS FOR A CONVERGED MEDIA AND INFORMATIONAL LITERACY

Zhilavskaya I.V.

M.A. Sholokhov Moscow State Humanitarian University, Moscow, e-mail: zhiv3@yandex.ru

In recent years, media education as an educational technology is undergoing significant changes all over the world. These changes are associated with various factors of ideological, methodological, social, and technological nature. Occurring transformations are so substantial, that media education as a rather young field of scientific thought again requires a rethinking of the conceptual apparatus. This article describes the problem of a new concept of media education, clarifies the concept of «media» and «information», explains their genetic connection. Particular attention is paid to UNESCO idea about the fusion of two kinds of literacy: media and informational, and to the emergence of a fundamentally new type of literacy – media-informational literacy as a new literacy of the XXI century.

Keywords: media, information, literacy, mediaeducation noosphere, informal education, media-informational literacy

Понятие «медиа-информационная грамотность» как новая концепция в системе медиаобразования возникло в последние несколько лет в результате осмысления сущности, специфики, сравнения сходства и различий таких понятий как информационная и медиаграмотность. Предложенная экспертами ЮНЕСКО идея конвергенции двух видов грамотности, основанных на идентичных концептах «медиа» и «информации», нашла поддержку в научных кругах различных стран мира. Эта идея была воспринята и российскими специалистами в области медиаобразования, представителями медиа- и библиотечного сообщества.

В 2012 году в России состоялась Международная конференция «Медиа- и информационная грамотность в обществах знания». Она была организована Министерством культуры Российской Федерации, Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, Комиссией Российской Федерации по делам ЮНЕСКО, Российским комитетом Программы ЮНЕСКО «Информация для всех» и Межрегиональ-

ным центром библиотечного сотрудничества при участии ИФЛА, Института ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании и Секретариата ЮНЕСКО.

Этот форум объединил представителей 42 стран мира – экспертов в области политики построения обществ знания, ведущих исследователей и преподавателей, работающих в сфере журналистики, библиотечного дела, педагогики, руководителей и специалистов органов власти, осуществляющих управление в сфере образования, библиотечного дела, печатных и электронных СМИ, и других специалистов, занимающихся вопросами медиа- и информационной грамотности.

В результате работы конференции было выработано определение медиа-информационной грамотности (МИГ), которое вошло в «Московскую декларацию о медиа- и информационной грамотности» (Москва, 2012). Согласно данной декларации, «Медиа- и информационная грамотность – это совокупность знаний, установок, умений и навыков, которые позволяют получать

доступ к информации и знаниям, анализировать, оценивать, использовать, создавать и распространять их с максимальной продуктивностью в соответствии с законодательными и этическими нормами и с соблюдением прав человека. Медиа- и информационно грамотный человек может использовать различные средства, источники и каналы информации в личной, профессиональной и общественной жизнедеятельности. Он знает, когда и какая информация требуется и для чего, где и как ее можно получить. Он понимает, кто и с какими целями создал и распространяет эту информацию, он имеет представление о ролях, функциях и ответственности СМИ, институтов памяти и других поставщиков информации. Он может анализировать информацию, сообщения, представления и принципы, транслируемые медиа и другими производителями контента, определять достоверность получаемой и создаваемой информации по ряду общих, личных и контекстуальных критериев. Медиа- и информационная грамотность выходит за рамки владения коммуникационными и информационными технологиями и включает навыки критического мышления, осмысления, и интерпретации информации в различных областях профессиональной, образовательной и общественной деятельности» [2].

Отмечая большое значение состоявшейся конференции для продвижения идеи медиа-информационной грамотности (МИ-грамотности), хотелось бы все же остановиться на некоторых понятиях, не получивших в ходе дискуссии однозначного толкования, но без понимания которых сложно представить себе цельную, внутренне непротиворечивую концепцию новой грамотности XXI века.

Если мы говорим о концепции, то понимаем, что это система связанных между собой и вытекающих один из другого взглядов. Кроме того, это система путей решения выбранной задачи. Сегодня говорить о какой-либо концепции медиа-информационной грамотности пока рано, поскольку нет единства в определении ключевых дефиниций – «медиа», «информация», «грамотность»; нет принимаемой всеми основополагающей цели формирования медиа-информационной грамотности; в связи с этим сложно выделить специфические характеристики, индикаторы измерения и технологии достижения высокого уровня новой грамотности. Но главное, многими учеными и специалистами не улавливается сам концепт медиа-информационности как некая идея, открытый образ будущей концепции, позволяющий почувствовать глу-

бину облака смыслов и значений. Эта ситуация напоминает поиски бозона Питера Хиггса, неуловимого элемента, способного осуществить переход от абстрактного бес-телесного мира к миру предметному, материальному. Согласно теории британского физика, бозоны Хиггса существуют везде. Через поле Хиггса, заполняющее пространство Вселенной, проходят абсолютно все частицы, из которых строятся атомы, молекулы, ткани и целые живые организмы [3].

Отдавая отчет в многосложности поставленной задачи, предпримем попытку представить свое видение некоторых подходов, принципов и трактовки понятий в системе медиа-информационной грамотности и медиаобразования, которые, как нам кажется, имеют внутреннюю логику.

Вначале обозначим, что понятийный, методологический и инструментальный аппарат медиа-информационной грамотности и медиаобразования мы рассматриваем с точки зрения ноосферного этико-экологического подхода (В.И. Вернадский, Н.К. Моисеев, Л.С. Гордина, Б.Е. Большаков, М.Ю. Лимонад и др.). Он предполагает построение концепции на принципах гармонии в мире и с миром, генетического единства мира (Б.А. Астафьев), субъект-субъектного взгляда на образование и формирование у развивающейся личности ноосферного мышления. Идея медиа-информационной грамотности логично вляется в концепцию ноосферного образования (Н.В. Маслова) [1], которое является конвергенцией естественнонаучных, гуманитарных концепций и практик образования конца XX в. В ноосферном образовании соединены все лучшие наработки человечества в науке, педагогике, психологии, философии, культуре, истории развития мысли. Такой уровень интеграции В.И. Вернадский назвал сферой разума – ноосферой.

Для ноосферного образования характерны системность и целостность во взгляде на природу, мир, человека. Целостность мышления является основанием для развития высокой нравственности, самосознания и самораскрытия потенциала личности, направленного на выполнение своего предназначения на Земле. Это педагогическая система строится на знании законов мира, общества, психики человека, а также законов образования, которые обосновывают релаксационно-активный режим в учебе, вовлечение жизненного опыта учащегося в процесс обучения и познания мира.

Идеология и методологическая основа ноосферного образования может быть взята за основу современной концепции медиаобразования. Ноосферное медиа-

образование – это образовательная система XXI века, одной из основных характеристик которой является обращенность к творческому потенциалу личности. Ноосферное медиаобразование осуществляется в открытой медиаобразовательной среде, которая формируется на основе идей целостности мира, его гармонии и непротиворечивости через раскрытие высшего «я» наставника и ученика, их взаимодействие по всем каналам восприятия действительности. В основе новой концепции медиаобразования должна быть заложена идея субъектности мира, его разнообразия и изменчивости, глобальной сбалансированности и взаимозависимости всех участников информационного обмена. Она должна строиться на активизации внутренних ресурсов личности ученика как человека медийного, органично погруженного в медиасреду.

Новым и существенным для разработки концепции медиа-информационной грамотности и медиаобразования представляется понимание того, что медиаобразование в значительной степени должно быть информальным. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года в проблематике социализации личности, ее воспитания и образования рассматриваются три образовательные стратегии – формальная, неформальная и информальная, которые строятся соответственно на трех видах образования:

- формальное (начальное, среднее, средне-специальное, высшее, дополнительное),
- неформальное (развитие системы курсов повышения квалификации);
- информальное (разнообразное, экономическое и внеэкономическое стимулирование стремления каждого человека к саморазвитию и самообразованию).

Следует отметить, что понятие «информальное образование» зафиксировано и в Меморандуме непрерывного образования Европейского Союза [5]. Пока еще малоизученное, информальное образование (от лат. *informalis* – неформальный) – это ненаправленное освоение социально-культурного опыта вне жестких рамок организованного педагогического процесса. Реализуемое в семье, неформальном общении, различного рода группах и объединениях, в частности в просветительских обществах, библиотеках, музеях, благодаря различным видам медиа, оно происходит в процессе любого коммуникативного действия. В этом контексте информальное медиаобразование проявляется во внутренней мотивации человека к восприятию мира, в самоорганизации и самоопределении.

Далее перейдем к нашему пониманию основных элементов системы медиа-информационной грамотности. Начнем с понятия «медиа», которое сегодня широко используется в русском языке. Слово «медиа» – это сокращенный вариант английского «communication media» – средства коммуникации. Свою родословную «медиа» ведут от латинского слова «medium», с которым в средневековье были связаны такие понятия, как жрец, колдун, шаман. В различных европейских языках «medium» означает: средство, посредник, человек, легко поддающийся внушению, и в широком смысле – среда. В нашей трактовке медиапространства понятие «медиа» включает в себя широчайший спектр средств коммуникации, которые служат передаче разного рода контента от источника информации к его получателю. Это и произведения искусства в форме книги, картины, кинофильма, и реклама во всех ее проявлениях, и теле- или радиопрограмма, это – публичное выступление, официальный документ, почтовая открытка, зашифрованное послание, SMS-сообщение, либо сложный конвергентный мультимедийный текст сетевого СМИ. Словом, медиа – это любые каналы доставки контента.

Медиа особым образом организуют процесс восприятия информации. Создавая коммуникативные связи, самим фактом своего существования они удаляют из коммуникации пространство и время и насквозь пронизывают все сферы нашей жизни. Более того, мы понимаем, что сам человек в определенном смысле становится медиа, пропуская через себя потоки информации, преобразуя их и становясь источником новой информации.

Однако подавляющее большинство специалистов в области медиа-информационной грамотности и медиапедагогов, употребляя слово «медиа», имеют в виду средства массовой информации – массмедиа, что далеко не исчерпывается широким понятием «медиа». В русском языке «медиа» традиционно переводится как «СМИ» – «средства массовой информации», что сразу же уводит исследователей и практиков в ограниченную область журналистской практики. В этом случае из поля зрения выпадают книга как вид медиа, письмо, речь, музыка, живопись, скульптура и т.д.

Медiateксты, созданные в этих и других видах медиа, оказываются вне сферы медиа-информационной грамотности, которая сосредотачивается, главным образом, на телевидении, интернете, печатных СМИ и в отдельных случаях – рекламе и кино. Это теоретическая рассогласованность

неправомерно ограничивает сферу распространения медиа-информационной грамотности и медиаобразования, не позволяет выстроить целостную концепцию, основанную на идее Всеобщих Медиа, и усложняет интеграционные процессы в этой области.

При разработке концепции МИГ требует уточнения и понятие «информация». Слово «информация» происходит от латинского «*informare*», что означает «придавать форму». Таким образом, с этимологической точки зрения, информация – это акт придания структуры некоторой неопределенной массе.

Д.П. Барлоу в работе «Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети» пишет: «Информация есть Глагол, а не Существительное. Высвобожденная из своих вместилищ, информация с очевидностью не есть вещь. В действительности она есть нечто, что случается в сфере взаимодействия между умами или объектами или другими частями информации... Информация есть действие, которое занимает время, а не состояние бытия, которое занимает физическое пространство, как в случае материальных предметов. Это подача, а не мяч, танец, а не танцор... Информацию переживают, а не владеют ею. Даже когда она заключена в какую-то статическую форму вроде книги или жесткого диска, информация все-таки остается чем-то, что случается с вами в то время, как вы мысленно разархивируете ее из того кода, в котором она хранится» [4].

В рамках же традиционной парадигмы информационной грамотности для того, чтобы «привить человеку информационную культуру, необходимо создать вокруг него определенную информационную среду, для освоения которой требуются специальные знания, умения, навыки», а сама информация представляется чем-то, что лежит на определенной полке, размещено на странице какого-то сайта, заключено в телевизионной программе и ждет-не дождется, когда к этому нечто будет обеспечен доступ. Однако владение информацией еще не знание и тем более, не мотиватор активной жизнедеятельности.

Современное понимание информации соответствует идее всепроникающей медийности, опосредованности, коммуникационности. Информация может существовать только в движении, она течет и, как вода, проникает во все поры общественного организма. Ее нельзя перекрыть, с ней невозможно бороться дамбами, в условиях застоя она теряет качества информации и не представляет той ценности, на которую можно было бы рассчитывать. Совершенно очевидно, что закрытые материалы архива

только тогда станут информацией, когда будут открыты, иначе информация не существует. С этой точки зрения те компетенции, которые сформировались в условиях доминирования линейной информационной культуры, сегодня во многом не отвечают вызовам гипертехнологического общества.

Для формирования концепции МИГ-грамотности фундаментальным представляется принцип целостности коммуникативного акта, в котором медиа как средства коммуникации неразрывно связаны с информацией. В постиндустриальном обществе в момент перехода цивилизации от бумажных носителей информации к эпохе электричества, в результате беспрецедентного скачка в производстве информации и появления новых каналов ее доставки, сформировались два направления теоретического и практического осмысления коммуникации, в основу которых были заложены базовые сущности коммуникации – медиа и информация.

У каждого из направлений в процессе дивергенции появились свои апологеты, специалисты, ученые. На определенном этапе стали складываться собственные определения, инструменты и механизмы, теории и модели. В сфере медиа возникли понятия «медиаграмотность», «медиакультура», «медиаобразование» и проч. В сфере информации – «информационная грамотность», «информационная культура», «информационное образование» и проч. Вокруг лидеров обоих направлений образовались научные школы, защищены сотни диссертаций, написаны книги, разработаны и применяются образовательные программы. Однако сегодня становится понятно, что дальнейшее концептуальное обособление понятий, функций, компетенций каждого из направлений представляется бесперспективным и уводит научную дискуссию в сторону от сущностных проблем современности.

Медиа как каналы, по которым транслируются сообщения, и информация, поступающая по этим каналам, – это две стороны одного процесса коммуникации. Информация не может существовать без медиа как носителя, так же как медиа без информации не имеют смысла. По мнению Норберта Винера, «информация» – это обозначение содержания, полученного от внешнего мира в процессе приспособления к нему. В нашей трактовке под «содержанием» мы понимаем непосредственно информацию, а под «приспособлением» – медиа.

В настоящее время мы переживаем конвергентный этап в развитии коммуникационной культуры. Он выражается в слиянии

различных видов медиа, форматов и жанров, способов доставки информации, профессиональных компетенций. Поэтому ставшее сегодня крайне актуальным слияние двух видов грамотности – медиа и информационной – отражает объективный процесс эволюции научных знаний и глобальных технологий.

Изучая историю развития живых систем как устойчивую закономерность чередования процессов дивергенции и конвергенции, мы можем экстраполировать ее и на информационные системы и спрогнозировать, что в результате переосмысления концепта медиа-информационности в скором времени возникнет новый процесс расхождения мыслеформ, следствием которого станет формирование принципиально новых компетенций медиа-информационной грамотности.

Список литературы

1. Маслова Н.В. Ноосферное образование – стратегический ресурс общества. // Ноосферное образование – стратегия здоровья: сборник материалов XXVIII Международной научно-практической обучающей конференции / под ред. Н.В. Масловой. – Севастополь: Изд-ль Кручинин Л.Ю., 2010.
2. Московская декларация о медиа- и информационной грамотности (Москва, 28 июня 2012 года) [электронный ресурс] http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow_Declaration_on_MIL_rus.pdf (дата обращения: 22.01.2014).
3. РИА Новости [электронный ресурс] <http://ria.ru/spravka/20130314/927404548.html#ixzz2rUJvtKV1> (дата обращения: 24.01.2014).

4. Барлоу Дж.П. Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети / Русский журнал, 07.04.1999.
5. Memorandum on Lifelong Learning: [электронный ресурс] URL: <http://www.znanie.org/docs/memorandum.html> (дата обращения: 22.01.2014).

References

1. Maslova N.V. *Noosfernoe obrazovanie – strategicheskii resurs obshchestva. «Noosfernoe obrazovanie – strategiya zdorov'ya»: Sbornik materialov XXVIII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoy obuchayushchei konferentsii* (Noosphere education – a strategic resource of society. «Noosphere education – health strategy»: The collection of materials XXVIII of the International scientific and practical training conference), Sevastopol, 2010.
2. *Moskovskaya deklaratsiya o media- i informatsionnoi gramotnosti* (Moscow declaration on media and information literacy), Moscow, 28 June 2012, Available at: http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow_Declaration_on_MIL_rus.pdf (accessed 22 January 2014).
3. *RIA Novosti*, Available at: <http://ria.ru/spravka/20130314/927404548.html#ixzz2rUJvtKV1> (accessed 24 January 2014).
4. Barlow J.P. *Selling wine without bottles: The economy of mind on the global net* // Russian magazine, 07.04.1999.
5. *Memorandum on Lifelong Learning*: Available at: URL: <http://www.znanie.org/docs/memorandum.html> (accessed 24 January 2014).

Рецензенты:

Дзялошинский И.М., д.ф.н., профессор, НИУ ВШЭ, г. Москва;

Шкондин М.В., д.ф.н., профессор факультета журналистики, МГУ им. М.В. Ломоносова, г. Москва.

Работа поступила в редакцию 26.02.2014.