

УДК 378.1

С. Л. Яблочников

*заведующий кафедрой экологии,
безопасности жизнедеятельности и электропитания
Московского технического университета связи и информатики,
доктор педагогических наук, профессор (Россия)*

И. О. Яблочникова

*докторант Института высшего образования НАПН Украины,
кандидат педагогических наук, доцент*

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ МЕДИАИННОВАЦИЙ В ВЫСШЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Рассмотрены основные теоретические положения и принципы функционирования медиаобразования, а также этапы эволюции данной отрасли педагогики. Уделено соответствующее внимание ряду аспектов создания и практического применения медиаинноваций в сфере высшего профессионального образования. Авторами сделаны выводы относительно перспектив применения медиаконтента, информационных технологий и мультимедийных средств для управления педагогическими процессами и их оптимизации.

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF APPLICATION OF MEDIA INNOVATIONS IN HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION

The main theoretical positions and principles of functioning of media education, as well as the stages of the evolution of this branch of pedagogy are considered in the article. Considerable attention was paid to a number of aspects of the creation and practical application of media innovations in the sphere of higher professional education. The authors made conclusions about the prospects of using media content, information technologies and multimedia for the management of pedagogical processes and their optimization.

Развивающееся в условиях четвертой промышленной революции современное информационное общество ставит перед высшим образованием задачи, которые призваны обеспечить баланс между актуальными запросами рынка труда, обусловленными кардинальными изменениями совокупности социально-экономических отношений и реальными компетенциями выпускников вузов. Педагогическое сообщество фактически не было готово к столь динамичному развитию ситуации в сфере технологий (в первую очередь информационно-коммуникационных), техники, экономики, финансов, в социальной жизни. Темпы эволюции методов и средств осуществления образовательной деятельности не соответствуют аналогичным темпам внедрения инноваций во все отрасли социума. И поэтому образовался некий вакуум в системе организованно-

го, формализованного и четко регламентированного формирования знаний, умений и навыков у представителей молодого поколения, который достаточно быстро был заполнен средствами массовой информации, сетевыми информационными ресурсами, различными неформальными социальными группами и т. д. [1].

Если в школе, вузе и семье по какой-то причине не могут или не хотят предоставить некую информацию, которая востребована и актуальна для молодежи, жаждущей постоянного развития и новизны, то ее начинают черпать из других источников. Это прописная истина. К сожалению, представители педагогической науки и образовательного менеджмента в данной ситуации не совсем адекватно среагировали на то, что образовательное сообщество фактически постепенно «отодвигают» от столетиями реализуемых им процессов обучения и воспитания, основанных на ряде общенаучных положений и фундаментальных принципов. Эти функции все больше активно «перетягивают» на себя СМИ, телевидение, киноиндустрия, глобальная сеть Интернет, всевозможные социальные сети и сообщества.

И вместо того, чтобы без промедления заняться кардинальным изменением сложившейся ситуации, педагоги ограничились лишь констатацией самого факта зарождения нового явления — «медиаобразования», формулировкой и трактовкой его философских аспектов, попытками разработки классификации влияния различных форм медиа на личность и социальные группы, а также сосредоточением усилий в направлении формирования так называемой медиаграмотности (англ. *media literacy*) или медиакомпетентности (англ. *media competence*). За последние несколько десятков лет, перечисленным нами выше вопросам посвящено огромное количество научно-педагогических публикаций во многих странах Европы и мира [2; 3; 4].

Кроме этого, часть представителей педагогического сообщества, быстро сориентировавшись относительно актуальных потребностей международного рынка труда, начали активно разрабатывать методологические аспекты осуществления профессиональной подготовки специалистов различных квалификационных уровней для медиаферы, успешно применяя их на практике. Именно они фактически постепенно монополизировали понятие «медиаобразование» и формулировку принципов формирования медиаграмотности, а также медиакомпетентности. В частности, разработке отдельных проблем и аспектов медиаобразования (в первую очередь связанных с кино, прессой, телевидением и Интернетом) посвящены публикации многих авторов, которые можно классифицировать следующим образом:

– исследования, в которых содержатся сведения о восприятии различного медиаконтента целевой аудиторией (А. Карон, И. С. Левшина, К. Тарасов, Ю. Н. Усов, А. В. Федоров, А. В. Шариков, С. А. Шейн, Э. Харт и др.);

– исследования теоретического характера, анализирующие концепции, модели, методы эффективной реализации медиаобразования и функционирования массмедиа (К. Бээлгэт, Д. Бэкингам, Л. С. Зазнобина, Д. Консидайн, Р. Кьюби, Р. Куин, Л. Мастерман, С. Н. Пензин, А. В. Спичкин, К. Тайнер, Ю. Н. Усов, А. В. Федоров, А. В. Шариков, Э. Харт, Р. Хоббс и др.);

– методические публикации сферы медиаобразования (Л. М. Баженова, О. А. Баранов, Е. А. Бондаренко, К. Бээлгэт, Д. Бэкингам, К. Ворсноп, Л. С. Зазнобина, Д. Консидайн, А. Карон, Р. Куин, С. Н. Пензин, Г. А. Поличко, Ю. М. Рабинович, А. В. Спичкин, К. Тайнер, Ю. Н. Усов, А. В. Федоров, А. В. Шариков, Э. Харт, Р. Хоббс и др.) [2].

Безусловно, влияние массмедиа на широкие слои общества огромно. Тот, кто владеет средствами массовой информации, контролирует киноиндустрию, телевидение, Интернет, социальные сети и прочее, вполне способен оказывать существенное воздействие на большинство процессов, реализуемых в экономике, финансах, политической жизни и социуме. Поэтому, спрос на компетентных и высококвалифицированных специалистов данной сферы динамично возрастает. Это характерно как для сферы частного бизнеса, как правило, продвигающего посредством СМИ свои коммерческие интересы, так и для структур государственного управления, охраны правопорядка и даже обороны. А актуальные задачи в современном медиаобразовании успешно решаются с привлечением к участию в образовательных процессах профессионалов отраслей, на состояние которых планируется осуществлять эффективное влияние с помощью различного рода массмедиа [3].

Однако любое явление имеет как минимум два возможных исхода относительно реализации интересов отдельных личностей и их групп. Не является исключением из данного правила и медиасфера. Если у одних есть желание продвигать свои интересы в некоторой области, то значит, как правило, существует некоторая иная часть социума, интересам которой вследствие осуществления указанных выше действий будет определенным образом нанесен ущерб. Поэтому, кроме спроса на специалистов, способных использовать массмедиа для формирования определенного мнения о качестве товаров и услуг, о ходе политических, экономических и финансовых процессов, сформировалась на рынке труда потребность в профессионалах, умеющих использовать специфические технологии информационного противодействия. И это, несомненно, расширило поле деятельности педагогического сообщества, занятого соответ-

ствующей профессиональной подготовкой и научно-методическими изысканиями, с целью обеспечить необходимую поддержку образовательных процессов.

Основой реализации данной части медиаобразования стала «инъекционная» («защитная», «протекционистская», «прививочная») теория (Inoculatory Approach, Protectionist Approach, Hypodermic Needle Approach, Civil Defense Approach). Ее также часто именуют «протекционистской» (обосновывающей эффективную защиту от вредных воздействий медиа), «теорией гражданской защиты» (то есть защиты граждан от тлетворного влияния медиаконтента) или же теорией «культурных ценностей» (имеется в виду, что негативному воздействию медиа противопоставляются «вечные ценности классического культурного наследия»). В несколько ином аспекте ее вполне можно трактовать как одну из неотъемлемых составляющих теории защиты информации и обеспечения информационной безопасности [4].

Целями такой разновидности медиаобразования являются: формирование знаний, умений и навыков для успешного осуществления информационного противоборства; демпфирование негативного эффекта от глобального информационного воздействия, а также чрезмерного увлечения медиа в целом и социальными сетями в частности; помощь в понимании совокупности отличий между реальностью и современным медиаконтентом. При этом довольно часто используется педагогическая стратегия демонстрации примеров негативного влияния медиа на обучающихся в учебных заведениях и иных членов социума (к примеру, телевидения) на конкретных примерах, доступных для понимания учащихся.

У инъекционной теории медиаобразования есть многочисленные сторонники, в частности Дж. Браун, Ф. Бьокка, Б. Вилсон, Э. Вортелла, Ч. Витни, Э. Доннерштайн, Д. Канкэл, Р. Лопес, Ч. Мэдисон и другие, предпочитающие рассматривать современные медиа, как неких агентов «культурной деградации» мирового сообщества, с которыми необходимо вести активное противоборство. Имеются в наличии и противники такой теории (К. Бээлгэт, И. Вайсфельд, К. Ворсноп, Д. Консидайн, Р. Кьюби, Л. Мастерман, С. Пензин, Г. Поличко, А. Спичкин, К. Тайнер, Ю. Усов, А. Федоров, Э. Харт, А. Шариков), наверное, не без основания считающие, что упомянутые выше медиа — неотъемлемая часть жизни социума и с этим явлением не стоит бороться, а необходимо лишь уметь эффективно адаптироваться к изменяющимся условиям и огромным потокам информации, перераспределяя и оптимизируя их [3].

В научной литературе можно встретить обоснование ряда иных теорий формирования медиаобразования и управления им. В частности, это теории: развития критического мышления или критической автономии (ее цель — научить анализировать манипулятивные воздействия посредством медиа, ориентировать-

ся в информационных потоках, распространять модели поведения, а объект – процессы взаимодействия медиа и общества, влияния на человека с помощью «кодов» или некоторых условностей); культурологическая (ее цель — помочь обучающимся разобраться в процессах восприятия контента, его структуры и сущности, научиться критически мыслить и оценивать качество контента, а объект — медиаструктуры, технологии, объекты информационного воздействия и способы его реализации); социокультурная (ее основа — культурология и социология, а основной тезис — непрерывное возрастание роли медиа в жизни общества); семиотическая (основная цель — оказание помощи при анализе контента, имеющего многозначный характер и содержащего завуалированные сведения); «практическая» теория (пропагандирующая формирование умений и навыков работы с медиатехникой и создания нового контента); эстетическая (цель — трактовка основных законов и средств отображения медиатекстов, имеющих отношение к искусству, развитие художественного восприятия, способности к квалифицированному художественному анализу); идеологическая (объект изучения — политические, социальные, национальные и экономические аспекты медиа, многочисленные противоречия, выявляемые в них с точки зрения того или иного класса, расы, религии или нации) [4].

По нашему мнению, в приведенном выше перечне теорий медиаобразования отсутствует весьма важный компонент — теория управления образовательными процессами и их оптимизация вследствие использования информационно-коммуникационных технологий и средств мультимедиа. Применение на практике указанных выше современных технологий и средств вполне может способствовать успешному достижению образовательной цели в случае научно обоснованного, дозированного и распределенного во времени информационного обмена между обучающимся, субъектами, организующими и реализующими педагогический процесс, и автоматизированными средствами обучения и контроля знаний, умений и навыков.

Такая теория, по нашему мнению, должна иметь практические приложения в различных отраслях профессиональной педагогики и основываться на хорошо разработанных рядом ученых принципах программированного обучения и педагогической кибернетики [5]. При этом и медиаконтент, и автоматизированные системы обучения, и средства контроля — это лишь инструменты, с помощью которых преподаватель может влиять на эффективность восприятия информации, возбуждать когнитивный интерес, формировать образовательную среду, способствующую достижению педагогических целей, и мотивировать к обучению и воспитанию, в том числе демонстрируя практическую значимость приобретаемых умений и навыков в последующей профессиональной трудовой деятельности [6].

Таким образом, медиаобразование — это не просто отрасль педагогики, а весьма значимое в образовательной сфере явление, позволяющее педагогическому сообществу эффективно реализовывать свою профессиональную деятельность, достигать глобальных и локальных целей, вносить в осуществление процессов разнообразие и креатив, а также существенно приблизиться к реалиям современного информационного общества, к актуальным запросам и чаяниям представителей молодого поколения, сделать шаг им навстречу. Необходимо осознать значимость данного явления и для образования, и для общества в целом, а также теоретически обосновать совокупность необходимых действий по его успешной интеграции во взаимоотношения «преподаватель — обучающийся» с целью наполнения их новым содержанием и формирования многомерной иерархической структуры.

Список основных источников

1. Яблочников, С. Л. Роль информационных технологий в подготовке компетентных специалистов в вузах / С. Л. Яблочников, И. О. Яблочникова, М. С. Яблочникова // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2016 : сб. тр. междунар. науч.-техн. и науч.-метод. конф. : в 4 т. / под общ. ред. О. В. Миловзорова. – Рязань : РГРУ, 2016. – Т. 3. – С. 200–203. [Вернуться к статье](#)
2. Яблочников С. Л. К вопросу о формировании информационно-образовательного пространства / С. Л. Яблочников, И. О. Яблочникова // Дистанционное образование : материалы Республ. науч.-практ. семинара, посвященного 25-летию независимости Республики Таджикистан, Худжанд, 27 февр. 2016 г. / ДПДТТХ им. М. С. Осими. – Худжанд : Оси знаний. – С. 129–135. [Вернуться к статье](#)
3. Фатеева, И. А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации : монография / И. А. Фатеева. – Челябинск : Челябинск. гос. ун-т, 2007. – 270 с. [Вернуться к статье](#)
4. Федоров, А. В. Медиаобразование: История, теория и методика / А. В. Федоров. – Ростов-на-Дону : Изд-во ЦВВР, 2001. – 708 с. [Вернуться к статье](#)
5. Яблочников, С. Л. Педагогічна кібернетика. Системно-кібернетичний підхід до управління в освіті : монографія / С. Л. Яблочников. – Вінниця : ТОВ «Фірма «Планер», 2011. – 406 с. [Вернуться к статье](#)
6. Яблочников, С. Л. Информационная безопасность высшего профессионального образования / С. Л. Яблочников, И. О. Яблочникова // Теоретические и прикладные аспекты информационной безопасности : материалы. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 31 марта 2016 г. / Акад. МВД ; ред. А. В. Яскевич. – Минск : Академия МВД, 2016. – С. 398–401. [Вернуться к статье](#)