

Интервью с доктором педагогических наук, профессором Ростовского государственного экономического университета, главным редактором журнала «Медиаобразование», почетным президентом Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России, руководителем программы «Медиаобразование» ОД «Информация для всех» Александром Викторовичем Федоровым.

По итогам 2022 года Вы стали самым цитируемым российским автором научных публикаций в категории «Журналистика и медиа» Научного индекса Альпер-Догера (AD Scientific Index) и набрали самый высокий Индекс Хирша в Российском индексе научного цитирования в категории «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ». Примите наши поздравления и расскажите, какое место эти разделы занимают в тематике медиаобразования, в которой Вы являетесь признанным экспертом мирового уровня?

Спасибо! Дело в том, что все мои статьи и книги по тематике медиаобразования, медиаграмотности и медиакомпетентности в рамках международного рейтинга ученых World Scientist and University Rankings 2023 (AD Scientific Index) включены именно в раздел «Журналистика и медиа», что кажется вполне логичным, так как медиаобразование немислимо без средств массовой коммуникации и социума.

Каково место формирования критического мышления в структуре медиаобразования в условиях развития информационного общества, обществ знаний и цифровой трансформации? И что из набора средств и методов медиаобразования кроме критического мышления необходимо развивать сегодня в системе образования, воспитания, детско-юношеской, молодежной, культурной, коммуникационной и информационной политики в условиях информационных войн и санкционного давления?

Разумеется, развитие критического мышления в структуре медиаобразования в условиях развития информационного общества, обществ знаний и цифровой трансформации весьма важно. Более того, я убежден, что именно развитое аналитическое мышление – главная составляющая медиакомпетентности. А медиакомпетентность личности это совокупность ее мотивов, знаний, умений, способностей (показатели: мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный/деятельностный, креативный), помогающих выбору, использованию, критическому анализу, оценке, созданию и передаче медиатекстов в различных видах, формах и жанрах, анализу сложных процессов функционирования медиа в социуме.

Таким образом, для личности, обладающей высоким уровнем медиакомпетентности (напоминаем, некоторые ученые вместо термина «медиакомпетентность» используют слова «уровень медиакультуры», «медиаграмотность» или «медиаобразованность», что, на наш взгляд, лишний раз свидетельствует о терминологическом плюрализме, свойственном медиаобразовательному процессу), присущи следующие характеристики

1) мотивационного показателя: широкий комплекс жанровых, тематических, эмоциональных, гносеологических, гедонистических, интеллектуальных, психологических, творческих, этических, эстетических мотивов с медиа и медиатекстами, включающих:

- выбор разнообразного жанрового и тематического спектра медиатекстов при обязательном включении неразвлекательных жанров;
- стремление получить новую информацию;
- стремление к рекреации, компенсации развлечению (в умеренных дозах);
- стремление к идентификации, сопереживанию;
- стремление к подтверждению собственной компетентности в различных сферах жизни и медиакультуры;

- стремление к поиску материалов для учебных, научных, исследовательских целей;
- стремление к художественным впечатлениям;
- стремление к философскому/интеллектуальному, этическому, эстетическому спору/диалогу с создателями медиатекста, к критике их позиции;
- стремление научиться создавать медиатексты самому, изучая конкретные примеры творчества профессионалов;

2) *контактного показателя*: частые контакты с различными видами медиа и медиатекстов;

3) *информационного показателя*: знания большинства базовых терминов, теорий, основных фактов истории развития медиакультуры, творчества деятелей медиакультуры, ясное понимание процесса массовой коммуникации и медийных воздействий в контексте реального мира;

4) *перцептивного показателя*: отождествление с автором медиатекста при сохранении основных компонентов «первичной» и «вторичной» идентификации (кроме наивного отождествления действительности с содержанием медиатекста): то есть способность соотнесения с авторской позицией, которая позволяет предугадать ход событий медиатекста «на основе эмоционально-смыслового соотнесения элементов сюжета, восприятия авторской мысли в динамике звукозрительного образа, синтеза мыслей и чувств зрителя в образных обобщениях» (Усов, 1989: 314);

5) *интерпретационного/оценочного показателя*: умения критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме с учетом разнообразных факторов на основе высокоразвитого критического мышления. Анализ медиатекстов на основе способности к медиавосприятию, близкому к «комплексной идентификации», способность к анализу и синтезу пространственно-временной формы медиатекста, понимание, интерпретация (трактовка), предполагающая сравнение, абстрагирование, индукцию, дедукцию, синтез, критическую оценку авторской концепции в контексте структуры произведения, историческом и культурном контекстах (при этом выражается аргументированное согласие или несогласие с авторской позицией создателей медиатекста, критическая оценка моральной, эмоциональной, эстетической, социальной значимости медиатекста, умение соотнести эмоциональное восприятие с понятийным суждением, перенести это суждение на другие жанры/виды медиакультуры, связать медиатекст со своим опытом и опытом других людей и т.п.). В целом обнаруживается критическая автономия личности, ее критический анализ медиатекста основан на высоких уровнях «информационного», «мотивационного» и «перцептивного» показателей.

6) *практико-операционного показателя*: практические умения самостоятельного выбора, создания/распространения медиатекстов (в том числе – созданных лично или в составе группы людей) различных видов и жанров, умения активного самообразования в медийной сфере;

7) *креативного показателя развития медиаграмотности аудитории*: ярко выраженный уровень творческого начала в различных видах деятельности (перцептивной, игровой, художественной, исследовательской и др.), связанной с медиа.

Именно эти показатели медиакомпетентности личности необходимо развивать сегодня в системе образования, воспитания, детско-юношеской, молодежной, культурной, коммуникационной и информационной политики.

Почему, по Вашему мнению, ЮНЕСКО, вместо дальнейшего развития медиаобразования, инициированного этой профильной организацией семьи ООН еще в 1960-х, решило сегодня свернуть на путь упрощения этой глобальной и стратегической задачи – на развитие медийной и информационной грамотности (МИГ)? И как на этот поворот должно реагировать профильное экспертное сообщество России и наших друзей по лагерю СНГ, ШОС и БРИКС?

Вы правы, сегодня многие эксперты ЮНЕСКО пошли по наиболее легкому пути, по сути, подменив, главную задачу медиаобразования – развития медиакомпетентности личности – формированием так называемой медийной и информационной грамотности. Кстати в условиях нынешней конфронтации эта задача понимается в ЮНЕСКО еще более узко – как борьба с медийными фейками. Как на это реагировать? Конечно, разоблачать медийные манипуляции и лживые медиатексты необходимо. Но если свести задачи медиаобразования только к этому, то мы потеряем при этом большинство компонентов развития медиакомпетентности личности.

В последние годы в рамках ряда международных конференций по тематике развития медиаобразования и кинопедагогики в России прозвучали предложения о необходимости нормативного определения медиаобразования и включения его в правовое пространство России. Что, по Вашему мнению, мешает решению этого вопроса?

Необходимость включения медиаобразования в образовательное и правовое пространство России назрело давно. Но здесь уже многие десятилетия наблюдается разрыв между высшим образованием (во многих вузах сегодня есть медийные факультеты, где в той или иной степени задачи медиаобразования решаются) и образованием школьным. Эксперты не устают настаивать на необходимости интегрированного медиаобразования (т.е. внедрение его элементов на уроках русского языка и литературы, истории, географии, обществоведения и др.) в современном школьном процессе, однако в реальности это до сих пор является инициативой отдельных учителей-энтузиастов.

В январе 2021 г. глава государства поручил федеральным министрам просвещения и культуры подготовить предложения по вопросам изучения отечественного кинематографа в рамках реализации основных общеобразовательных программ. Что Вы знаете о реализации данного поручения Президента РФ и каково Ваше видение внедрения кинообразования в российской школе, как одного из стратегических направлений развития медиаобразования?

Этот Ваш вопрос, по сути, – продолжение предыдущего. Кинообразование – существенная составная часть медиаобразования. Но на сегодняшний день у меня, увы, нет сведений о масштабном внедрении кино/медиаобразования в российских школах.

В декабре прошедшего уже 2022 года, фактически пару недель назад, Правительство РФ утвердило Концепцию формирования и развития культуры информационной безопасности граждан Российской Федерации. Каковы, по Вашему мнению, место и роль медиаобразования в реализации названной концепции?

Задача формирования и развития культуры информационной безопасности граждан Российской Федерации чрезвычайно актуальна, однако, как мне кажется, эта задача должна решаться в более широких рамках массового медиаобразования.

Подведем некоторые итоги. Вы много лет руководили деятельностью Ассоциации кинообразования и медиапедагогики Российской Федерации, которая собрала под своим крылом ведущих экспертов нашей страны и государств – участников СНГ. Через пару лет созданному и руководимому Вами ведущему научному изданию мирового уровня – журналу «Медиаобразование», исполнится 20 лет. Портал «Информационная грамотность и медиаобразование для всех» уже 15 лет назад признан мировым сообществом российским вкладом в развитие профильных информационных платформ ООН и ЮНЕСКО по медиаобразованию. Чего еще не хватает для того, чтобы запустить

системное и качественное развитие национальной политики в области медиаобразования в России!?

Полагаю, что давно пришла пора перейти от слов к делу, т.е. медиаобразование должно получить не только словесную поддержку от ключевого в этом отношении Министерства просвещения РФ, но и стать реальной составляющей педагогического процесса в школах. Для этого, разумеется, должна быть внедрена программа медиаобразования действующих (через курсы повышения квалификации) и будущих (через медиаобразовательные учебные предметы в педагогических вузах) учителей.

Что бы Вы пожелали читателям в наступившем году?

Крепкого здоровья, мирного неба над головой и высокого уровня медиакомпетентности...