

ности, читательской и общекультурной компетентности не умеют прочитывать идеологемы, обычно скрывааемые в сообщениях СМИ.

В этом случае просветительские мероприятия, осуществляемые в рамках Программы, следует ориентировать на разъяснение идеологий различных партий и стоящих за ними групп интересов; на демонстрацию приемов, с помощью которых групповым интересам придается социально привлекательный вид; на освоение операций с текстами по расшифровке скрытых в них идеологем. Эта ориентация близка к критической, но характеризуется преимущественным акцентом на политическом аспекте общественной жизни, на анализе политических и PR-технологий. Ее просветительская интенция – обеспечить членов общества знаниями и навыками, позволяющими им отделять фактографические сообщения от тенденциозного освещения событий; распознавать приемы манипулирования общественным мнением; не поддаваться идеологическим нажимам. В то же время, как и в рамках критической ориентации, здесь центральными являются вопросы:

- ♦ чьим интересам служат сообщения, подчеркнуто апеллирующие к общественности; настойчиво убеждающие аудиторию принять определенную точку зрения по отношению к обсуждаемой теме; содержащие преимущественно оценочные суждения, эмоциональное давление;
- ♦ на какие социокультурные группы рассчитана такая информация – на приверженцев группы интересов коммуникатора, чтобы поддержать их веру в предлагаемую идеологию; на потенциальных сторонников, чтобы укрепить социальную позицию этой группы; на электорат в ходе предвыборной кампании, чтобы привлечь максимально возможное количество голосов.

## **2.2. Возможности Программы в помощи освоению медиакультуры**

Все перечисленные направления действий, связанных с освоением языка СМИ, со свободным ориентированием в их информационном пространстве, с повышением уровня читательской и – шире – общекультурной компетентности в отношении СМИ, кото-

рые могут быть реализованы в рамках Программы, следует дополнить ее подключением к системе медиаобразования.

## ПРОСВЕЩЕНИЕ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

Согласно определению ЮНЕСКО под медиаобразованием (media education) следует понимать обучение теоретическим знаниям и практическим навыкам, помогающим людям свободно ориентироваться в социокультурном пространстве средств массовой информации, рассматриваемом как особая предметная область педагогической деятельности. Эту составляющую образования следует отличать от использования медиа как вспомогательных средств в преподавании других предметов, таких, например, как математика, физика, география.

В документах ЮНЕСКО медиаобразование рассматривается как одно из приоритетных направлений в процессах общего и специального обучения. Совершенно очевидно, что оно может быть реализовано только при высоком уровне читательской компетентности. Соответственно, в рамках Программы поддержки и развития чтения следует уделить специальное внимание работе с медиатекстами.

Свободная ориентация в пространстве СМИ необходима современным людям, живущим в информационном обществе, в формирующемся обществе знаний. Но без специальных навыков, без медиаобразования невозможны адекватные чтение и интерпретация медийной продукции. Причем чтение здесь следует понимать расширительно и относить это понятие также к аудиальным и аудиовизуальным текстам, а не только к письменным, с которых они начинаются.

Согласно определению, приведенному в International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, медиаобразование (media education) отличается от изучения медиа (media studies) и обучения с их помощью. Если медиаобразование «обеспечивает знание о том, как создаются и распространяются медиатексты, и развивает аналитические способности интерпретации и оценки их содержания, то изучение медиа обычно относится к практике создания медиатекстов. Как медиаобразование, так и изучение медиа направлены на формирование медиаграмотности (media literacy)».

Освоение современной медиакультуры в этом смысле предполагает:

- ♦ знание соответствующих знаковых систем и культурных кодов, социальных функций, влияния на модернизационные процессы в обществе и мире;
- ♦ умение распознавать коммуникативные намерения групп интересов, стоящих за социально значимыми сообщениями, новые способы мифотворчества, технологии манипулирования общественным мнением и т.п.

Соответственно, в число программных просветительских задач, связанных с освоением медиакультуры, входит обучение чтению характерных для нее текстов, что предполагает:

- ♦ выделение основных типов сообщений СМИ (общекультурных, политических, экономических и т.п.), определение форм их лингвистического выражения;
- ♦ прочтение сообщений с точки зрения их ориентированности на социокультурную модернизацию или на поддержание существующего положения дел;
- ♦ понимание воздействия на сообщения СМИ языков и идеологий, характерных для современных социетальных (общесоциальных) институтов, а также соотношения в обществе культурных ориентаций на классическое наследие и новые явления;
- ♦ определение возможностей СМИ как посредника в процессах взаимодействия и коммуникации между государством и обществом, личностью и социокультурным окружением, различными социальными слоями и группами, а также между странами;
- ♦ представление о социокультурных факторах, влияющих на структуру и содержание медиапространства в таких направлениях, как развитие информационных технологий, колебания медиарынка, преодоление языковых барьеров, изменение социальной роли журналистики, в том числе критики и т.п.

## АДРЕСАТЫ ПРОГРАММНЫХ ДЕЙСТВИЙ

Совершенно очевидно, что для решения этих задач в общесо-

циальном масштабе особое значение приобретает наличие социокультурных групп, члены которых умеют опираться на рациональные начала в своих действиях, обладают современными знаниями, владеют новыми технологиями. Все эти составляющие культурной компетентности базируются на активном и полноценном чтении и свободной ориентации в пространстве письменной культуры.

В соответствии с адресатами тема чтения текстов медиакультуры может варьироваться по содержанию в следующих направлениях просвещения:

- ◆ будущим профессионалам в области СМИ следует адресовать серьезные теоретические курсы, связанные с письменной культурой, а также предоставить возможности получить практические навыки квалифицированной работы с текстами в качестве их читателей, аналитиков и авторов;
- ◆ будущим преподавателям системы вузовского и послевузовского образования необходимо освоить языки различных СМИ; научиться перекодировать информацию с одного языка СМИ на другой, а также на обыденный; распознавать коммуникативные намерения авторов, присутствующие, часто в скрытом виде, в содержании любого сообщения; овладеть технологиями передачи знаний и навыков такого рода другим;
- ◆ учащимся средних и высших учебных заведений важно получать общие знания о СМИ, об их месте и роли в современной культуре, о свойствах создаваемой или виртуальной реальности; научиться читать сообщения, представленные в языках различных СМИ, и соотносить их с прямо наблюдаемыми фактами, с обыденной их интерпретацией, отличать фактографические сообщения от манипулятивных.

В ходе реализации Программы обучать чтению медиатекстов можно с помощью:

- ◆ учебных заведений, где соответствующие образовательные курсы следовало бы сделать общеобязательными;
- ◆ культурно-досуговых центров, обеспечивающих необходимые знания и навыки в ходе групповых занятий;

- ♦ специально подготовленных дистанционных форм просвещения в рамках радио, телевидения, системы Интернет.

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОБУЧЕНИЯ ЧТЕНИЮ МЕДИАТЕКСТОВ

В Национальной программе поддержки и развития чтения в качестве одного из основных принципов принимается дифференциация направлений деятельности в зависимости от потребностей, интересов и запросов адресатов. Соответственно можно предложить следующие направления просветительской деятельности, связанной с обучением чтению медиатекстов.

**Развитие критической рефлексивности.** В этом случае пространство СМИ рассматривается как средство распространения определенных паттернов поведения и культурных ценностей в разнородной массовой аудитории. Соответственно, задачей обучения чтению медиатекстов становится освоение навыков:

- ♦ ориентации в переизбыточных потоках сообщений, характерных для современного информационного общества;
- ♦ анализа и выявления среди них тех, в которых содержатся манипулятивные намерения;
- ♦ определения механизмов и последствий их влияния на аудиторию;
- ♦ идентификации кодов, в которых они представлены;
- ♦ их критического осмысления, предполагающего определение:
  - различия между общеизвестными и требующими проверки фактами;
  - надежности источника информации;
  - тенденциозности сообщения;
  - двусмысленности или нечеткости аргументации;
  - логической противоречивости рассуждений.

В результате вырабатывается привычка легко распознавать бездоказательность заявлений и обещаний, фигуры умолчания,

ложные утверждения. Эти навыки необходимы современным людям, поскольку, не будучи подготовленными к декодированию и перекодированию медийной информации, они оказываются неспособными к ее полноценному анализу и пониманию, к сопротивлению ее манипулятивному воздействию, с одной стороны, и к извлечению из нее пользы для себя – с другой.

Формирование навыков критического анализа информации предполагает необходимость рефлексивных ответов по крайней мере на следующие вопросы:

- ◆ кто несет ответственность за появление сообщения в определенном канале СМИ, кто владеет этим каналом, контролирует его;
- ◆ какими средствами коммуникатор пытается достичь нужного ему эффекта и соответствуют ли они его коммуникативным намерениям;
- ◆ какие ценностные и нормативные представления несет в себе сообщение;
- ◆ как оно воспринимается.

В отношении ценностных представлений критическая рефлексия предполагает понимание их относительности, т.е. того, что они:

- ◆ различны для разных людей (то, что ценится одними, безразлично для других);
- ◆ соответствуют определенным социокультурным ситуациям (например, то, что ценно в экстремальных условиях, может быть бесполезным в обычных обстоятельствах);
- ◆ отвечают определенным критериям (например, объект, ценный в утилитарном отношении, может не соответствовать принятым в культуре эстетическим требованиям).

Из сказанного следует, что такое направление в прочтении медиатекстов отличается от эстетической, этической, утилитарной их оценки и предполагает анализ их содержания. Здесь в центре внимания вместо эталонных образцов медиапродукции оказываются поле взаимодействия коммуникаторов и реципиентов, механизмы функционирования средств массовой информации в

формировании соответствующего виртуального пространства. Особое внимание следует уделять способам репрезентации реальных фактов и событий в рамках различных типов сообщений, технологиям и идеологемам, которые при этом используются.

При таком подходе ни в коем случае не следует упрощать обучение прочтению медиатекстов, сводя их только к рекламе и новостным сообщениям. Важно, чтобы критический анализ распространялся на все виды медиапродукции, которые не так уж многочисленны. Просветительские мероприятия такого рода в рамках Программы могут быть адресованы самому широкому кругу участников ее реализации без их особой дифференциации. В мировой практике медиаобразования принято считать, что такие знания и навыки необходимы всем членам современного информационного общества с демократическим политическим устройством.

**Освоение медиакультуры.** Пространство СМИ состоит из множества сообщений и их интерпретаций, и разные слои аудитории при контакте с ними вступают в диалог с коммуникатором. Чтение медиатекстов предполагает не только умение понять коммуникативное намерение автора, но и способность оценить их информационный потенциал, помещая в разные социокультурные контексты и рассматривая с позиции разных оценочных критериев. С этой точки зрения освоение навыков чтения медиатекстов позволяет использовать их с целью расширения знаний и общего культурного кругозора. В контексте Программы выделяются ключевые темы, очерчивающие предметную область:

- ♦ обобщающие категории («медиафера», «медиапространство», «медиасреда»), выделяющие эту виртуальную область из более широкого социокультурного пространства;
- ♦ типология средств массовой информации по основаниям способа трансляции информации (печатные, аудиальные, аудиовизуальные); носителей информации (пресса, радио, телевидение, Интернет);
- ♦ жанры медиатекста – информационные (аналитическая статья, очерк, репортаж, интервью), художественные (драма, мелодрама, комедия, детектив, триллер, и т.п.).

Освоение этих тем помогает углубленному пониманию текста, позволяя реципиенту ответить на следующие вопросы:

- ♦ кто передает информацию (представитель какого культурного слоя, какой группы интересов, носитель какой идеологии) и с какой целью (сообщить о фактах, убедить, пробудить сомнение, развлечь);
- ♦ какой тип сообщения предлагается коммуникатором (официальное заявление, репортаж с места события, аналитическая колонка, публицистика, художественный текст);
- ♦ как узнать о том, что это сообщение означает – социокультурный контекст его появления (экономический, политический, правовой, мировоззренческий, образовательно-просветительский); ситуация его появления (повседневность, социальная напряженность, праздник);
- ♦ как построен текст (объективистское изложение фактов; демонстрация ценностной, идеологической позиции; интригующая фабула; намеренная подтасовка фактов);
- ♦ какой смысл можно извлечь из текста в разных социокультурных контекстах (образовательном, познавательном, социально-ролевом, развлекательном);
- ♦ как этот текст представляет изложенную в нем тему (тезисно или подробно, позитивно или критически, упрощенно или во всей ее сложности).

В рамках Программы просветительскую деятельность такого рода следует адресовать тем, кто пользуется СМИ для извлечения из сообщений полезной для себя информацию, т.е. с культурно-прагматической целью.

### **2.3. Социальная значимость просвещения в области чтения медиатекстов**

Медиаграмотность нужна членам общества для понимания содержания сообщений, транслируемых средствами массовой информации, отбора из них социально и индивидуально значимых сведений, определения возможности использовать их в повседнев-