

УДК 378.011.3-051:338.48:316.77

СОВРЕМЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ И ЕГО РОЛЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

В. В. Морозова

*Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко,
Луганск, Луганская Народная Республика*

Рассмотрены теоретические аспекты медиаобразования, определено его значение в жизни современного общества. Проанализированы различные подходы к пониманию дефиниции медиаобразования, представлены основные направления медиаобразования. Даны определения понятий: медиаобразование, медиаграмотность, медиапространство, рассмотрена их взаимосвязь и роль в жизни современного студента. Сформулировано авторское определение медиаобразования, обозначена его роль в профессиональной подготовке студентов туристических специальностей.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиаграмотность, медиапространство, профессиональная подготовка, обучение, воспитание.*

Знаменитый канадский социолог М. Маклюэн отмечает: «...Чтобы быть по-настоящему грамотным, надо быть грамотным в мире медиа...» [9. С. 18]. Термином «массмедиа» в последнее десятилетие всё чаще обозначают средства массовой коммуникации: печатные издания, телевидение, радиовещание, источники информации в Интернете, а также кино, видео, сотовую связь и т. д. Их роль сегодня настолько велика, что современное общество называют не только «информационным», но и «медиацентрированным», то есть в огромной степени зависимым от массмедиа.

Исследования социокультурной ситуации в постсоветских странах показывают, что расширяющееся медиапространство всё более активно влияет на общественное сознание как мощное средство информации, культурных и образовательных контактов, как фактор развития творческих способностей личности уже нового тысячелетия. В связи с этим усложняются наши социальные связи и модели постсовременной идентичности, заставляя ещё раз обратиться к пониманию таких явлений, как «массмедиа», «медиакультура» и «медиаобразование», и их роли в профессиональном образовании.

На сегодняшний день развитие общества напрямую связано с разработкой и внедрением современных информационных технологий в жизнь людей. В потоке поступающей информации человек не всегда способен выбрать оптимальное медиасредство, которое позволило бы ему качественно, а главное рационально обработать и усвоить полученную информацию. В связи с этим современное образование стало включать в процесс обучения и воспитания личности такие составляющие, как медиаобразование и медиакультура.

Сфера индустрии туризма является многоохватывающим явлением, включающим широкий спектр туристических услуг, направленных на удовлетворение различного рода потребностей. Развитие и усовершенствование данной сферы также требует постоянного внедрения новейших технологий, способных улучшить процесс профессиональной подготовки специалистов в области туризма, поднять уровень технического и информационного оснащения учебной базы, а также в целом повысить качество образования.

Разработка теоретических и методологических вопросов, связанных с медиакультурой и медиаобразованием в России началась сравнительно

недавно. Первые попытки выявления сущности, социальной и исторической обусловленности медиакультуры были предприняты в филологической науке (В. А. Каймин, В. Ю. Милитарев, Е. П. Смирнов, А. П. Суханов, И. М. Яглан и др.), культурологии (Г. Г. Воробьев, Ю. С. Зубов, Э. П. Семенюк, Б. Ю. Щербаков и др.) и педагогике (А. М. Атаян, А. А. Витухновская, О. Л. Красноперова, О. И. Пугач, А. Ю. Харитонов и др.). Изучением проблемы развития медиакультуры и медиаобразования в процессе вузовской подготовки занимались А. М. Атаян, Е. А. Медведева, В. Д. Минкина, Л. А. Нагорная, А. В. Фёдоров, Л. К. Шиян и др. Исследование различных аспектов медиакультуры и медиаобразования также проводили такие зарубежные учёные, как М. Маклюэн, М. Кастельс, Э. Тоффлер, Д. Рошкофф, Г. Шиллер и др.

Анализ работ вышеназванных авторов свидетельствует, что все они содержат богатый теоретический материал. В то же время результаты научного поиска позволяют констатировать, что проблема изучения современного пространства медиаобразования и его роли в профессиональной подготовке студентов туристических специальностей пока остаётся неизученной.

Современные информационные технологии так прочно укоренились в нашем сознании, что сложно представить нашу жизнь без телевидения, радио, компьютера, Интернета. В связи с этим наиболее полное представление о современном пространстве медиаобразования поможет лучше ориентироваться в сложном, динамично развивающемся медиaprостранстве.

Целью статьи является анализ современного пространства медиаобразования и выявление его роли в профессиональной подготовке студентов туристических специальностей.

В последнее время кроме понятий «информационная культура» и «информационно-коммуникационная компетентность» широкое распространение получили термины «медиаобразование» и «медиаграмотность».

Термин «медиа» (от лат. *media* — средство) употребляется как аналог термина «средства массовых коммуникаций» (печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, видео, мультимедийные компьютерные системы, сеть Интернет) [6].

В медиаобразовании не существует единой, принятой во всех странах мира терминологии. Как правило, не только национальные научные

школы, но и отдельные учёные разных стран предлагают свои варианты формулировок таких ключевых понятий, как «медиаобразование» и «медиаграмотность». К примеру, в документах ЮНЕСКО медиаобразование понимается как обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области в педагогической теории и практике. Медиаобразование рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники [8].

В рекомендациях ЮНЕСКО подчёркивается, что медиаобразование — часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации. Наряду с признанием различия в подходах и развитии медиаобразования в различных странах рекомендуется, чтобы оно было введено везде, где возможно, в национальных учебных планах, в рамках дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека [7].

Медиаобразование связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т. д.) и различными технологиями. Оно даёт возможность понять, как массовая коммуникация используется в социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми, обеспечить человеку знание того, как:

- анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты;
- определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и культурные интересы;
- интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа;
- отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории;
- получить возможность свободного доступа к медиа как для восприятия, так и для продукции.

Медиаобразование предполагает следующие основные направления:

1. Медиаобразование будущих профессионалов в мире прессы, радио, телевидения, кино, видео и Интернета — журналистов, редакторов, режиссёров, продюсеров, актёров, операторов и др.

2. Медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов, обучающихся в обычных школах, средних специальных учебных заведениях, вузах, которое со своей стороны может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным (специальным, факультативным, кружковым и т. д.).

3. Медиаобразование в процессе повышения квалификации преподавателей вузов и школ на курсах по медиакультуре.

4. Медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах (домах культуры, центрах внешкольной работы, эстетического и художественного воспитания, в клубах по месту жительства и т. д.).

5. Дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью прессы, телевидения, радио, видео, сети Интернет.

6. Самостоятельное непрерывное медиаобразование, которое может осуществляться в течение всей жизни человека [3; 9. Р. 147–149].

Медиаобразование предусматривает методику проведения занятий, основанную на проблемных, эвристических, игровых и других продуктивных формах обучения, развивающих индивидуальность обучающегося, самостоятельность его мышления, стимулирующих его способности через непосредственное вовлечение в творческую деятельность, восприятие, интерпретацию и анализ структуры медиатекста, усвоение знаний о медиакультуре. Школьники и студенты должны изучать не только то, как сконструированы те или иные медиатексты, но и как они выражают различные политические, идеологические, экономические, социокультурные интересы [4. С. 254–256].

На основе анализа разнообразных подходов к трактовке понятия «медиаобразование» мы рассматриваем его как важную составляющую обучения в целом, в процессе которого студенты овладевают необходимыми знаниями, умениями и навыками, позволяющими осуществлять рациональный поиск, восприятие, анализ, обработку, интерпретацию полученной информации

из средств медиа для осуществления профессиональной деятельности.

В свою очередь, профессиональная подготовка предполагает систему организационных и педагогических мероприятий, обеспечивающую формирование у личности профессиональной направленности, знаний, навыков, умений и профессиональной готовности [6. С. 75].

Рассматривая современное пространство медиаобразования, необходимо отметить некоторые его актуальные принципы:

1. Центральная концепция медиаобразования — репрезентация: медиа не отражают реальность, а представляют её, используя систему знаков и символов.

2. Медиаобразование — это исследовательский процесс, скорее диалог, чем дискуссия.

3. Обучение в медиаобразовании основано на использовании вариативных аналитических инструментов и множества новых путей деятельности в различных областях.

4. Эффективность медиаобразования может быть оценена двумя критериями: способностью учащихся применять своё критическое мышление в новых ситуациях и количеством обязательств и мотиваций, выраженных ими по отношению к медиа.

5. Медиаобразование — особая область, в которой знания не просто передаются педагогами или «открываются» учащимися. Это предмет критического исследования и диалога, в ходе которых новые знания активно приобретаются педагогами и учащимися [4. С. 158].

Из этого следует, что медиаобразование в системе профессиональной подготовки студентов туристических специальностей играет очень важную роль, так как, сочетая лекционные, практические занятия и различные развивающие мероприятия, представляет собой своеобразное включение обучающихся в процесс создания собственных медиатекстов, а именно: погружает аудиторию во внутреннюю среду основной специальности, что в свою очередь способствует более качественному усвоению необходимой информации. Это возможно путём оснащения учебной аудитории различной мультимедийной техникой, информационными средствами, а также тематическим материалом по изучению той или иной туристической дисциплины.

С понятием «медиаобразование» тесно связан термин «медиаграмотность» (medialiteracy). Эта

дефиниция утвердилась в науке только в последние годы. До появления термина его отождествляли с понятиями «критическое видение» и «визуальная грамотность», которые использовались по отношению к экранным медиа в прошлые десятилетия. В научной литературе встречаются также термины «технологическая грамотность», «информационная грамотность», «компьютерная грамотность».

Анализ изученной литературы позволяет констатировать, что некоторые учёные разных стран (Л. Мастерман, К. Ворсноп, А. В. Шариков, А. В. Спичкин) считают, что медиаграмотность — это часть более широкого и ёмкого понятия «медиаобразование». В свою очередь эксперты ЮНЕСКО придерживаются мнения, что наиболее обоснованным является следующее определение медиаграмотности: «Медиаграмотность — движение, призванное помочь людям понимать, создавать и оценивать культурную значимость аудиовизуальных и печатных текстов. Медиаграмотный индивидуум способен анализировать, оценивать и создавать печатные и электронные медиатексты» [5. С. 48].

Как показывает личный опыт автора, медиаграмотность помогает учащимся туристических специальностей общаться с медиа под критическим углом зрения, с пониманием значимости медиа в их жизни. Формирование медиаграмотности предоставляет обучаемому возможность:

- развивать способности, знания и отношения, необходимые в повседневной жизни студента, с помощью которых медиа активно создают реальность;
- получать знания исторического, социального, культурного, политического и экономического значения;
- повышать уровень оценки и эстетического восприятия медиатекстов;
- расшифровывать медиатексты, чтобы распознавать и оценивать культурные ценности, практическую значимость, идеи, содержащиеся в них;
- воспринимать, анализировать, интерпретировать и применять разнообразие технических средств с целью создания медиатекстов.

Осуществление медиаобразования и реализация медиаграмотного студента предполагает наличие определённой среды, то есть информационной среды. А в данной составляющей образования считаем необходимостью дать опре-

деление понятия «медиапространство» (англ. Media space) — это «электронные условия, в которых группы людей могут работать вместе, даже если они не находятся одновременно в одном и том же месте. В медиапространстве люди могут создавать в реальном времени визуальные и звуковые среды, которые охватывают физически распределённые площади. Они также могут контролировать запись, доступ и воспроизведение изображений и звуков из этих сред» [4. С. 98].

Медиапространства были предметом исследований учёных во главе с Бобом Стултсом и Стивом Харрисоном в середине и в конце 1980-х гг., в группе Smalltalk, входившей в Xerox Palo Alto Research Center (PARC). Работа перепосла в дизайн медиапространства Software Concepts Laboratory как часть большего исследования систем и медиа для поддержки процесса социального проектирования.

Из вышесказанного можно сделать следующий вывод. Сегодня медиа — один из основных факторов социализации молодого поколения. Сознание аудитории формируется различными видами медиа. Признавая важную роль средств массовой информации в процессе образования подрастающего поколения, необходимо системно и грамотно выстроить отношения юных потребителей информации с огромными ресурсами газет, журналов, телевидения, сети Интернет. Потреблению информации надо учить также терпеливо и рационально, как любой творческой профессии. Нужна комплексная программа медиаобразования, охватывающая разные категории студенческой молодёжи, учитывающая разные условия их обучения и воспитания.

В наших предыдущих исследованиях мы более подробно изучали понятие «медиакультура» и попытались установить уровень медиакультуры студентов туристических специальностей на современном этапе. Для диагностики и выявления уровня сформированности медиакультуры студентов, степени медиаобеспеченности студентов и их медиапредпочтениях, методом исследования было выбрано анкетирование, которое проводилось среди студентов в возрасте 17–19 лет. Анализ результатов позволил составить представление о степени значимости информационных технологий для студентов туристических специальностей, их влиянии на жизненные ори-

ентирь и, в целом, об уровне развития их медиакультуры.

Таким образом, медиаобразование студентов туристических специальностей в процессе профессиональной подготовки становится одним из приоритетных направлений в области образования. Сегодня необходимо не просто давать готовые знания, нужно воспитывать культуру их формирования и изменения, трансформации и преобразования.

На наш взгляд, медиаобразование студентов туристических специальностей должно стать «образом жизни», поскольку оно способствует гармоничному и полноценному развитию личности в условиях современности, повышению профессиональной компетентности, формированию конкурентоспособного креативного специалиста в области туризма.

Список литературы

1. Кириллова, Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. – М. : Акад. проект, 2011. – 448 с.

Поступила в редакцию 9 апреля 2016 г.

Для цитирования: Морозова, В.В. Современное пространство медиаобразования и его роль в профессиональной подготовке студентов туристических специальностей / В.В. Морозова // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2016. – Т. 1, № 4. – С. 95–100.

Сведения об авторе

Морозова Виктория Владимировна — аспирант, ассистент кафедры туризма, гостиничного и ресторанного дела, Луганский национальный университет им. Тараса Шевченко. Луганск, Луганская Народная Республика. vika9morozova@yandex.ua

PHYSICAL CULTURE. SPORT. TOURISM. MOTOR RECREATION

2016, vol. 1, no. 4, pp. 95–100.

Modern Space of Media Education and its Role in the Training of Students of Tourist Professions

V. V. Morozova

Luhansk Taras Shevchenko National University, Lugansk, Luhansk People's Republic
vika9morozova@yandex.ua

In article theoretical aspects of media education are considered, its value in life of modern society is defined. Various approaches to understanding of a definition of media education are analysed, the main directions of media education are presented. The definitions of the concepts of media education, media literacy, media space, highlighted their relationship and role in the life of the modern student. Formulated author's definition of media education as defined by its role in the training of students of tourist specialities.

Keywords: *media education, media literacy, media space, training, instruction or education.*

References

1. Kirillova N.B. *Mediacul'tura: ot moderna k post-modernu* [Media Culture: from Modern to Postmodern]. Moscow, 2011. 448 p. (In Russ.).
2. Poluehtova I.A. *Rossiyskaya auditoriya televideniya: soctiologicheskiy diskurs* [Russian TV Audience: the Sociological Discourse]. Moscow, 2008. 268 p. (In Russ.).
3. Penzin S.N. Mediaobrazovaniye i dialog kul'tur [Media Education and Dialogue of Cultures]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Gumanitarnyye nauki* [Processing of Voronezh State University. Series Humanities], 2004, no. 2, pp. 124–132. (In Russ.).
4. Fyodorov A.V. *Mediaobrazovaniye: istoriya, teoriya i metodika* [Media Education: History, Theory and Methods]. Rostov-on-Don, 2011. 708 p. (In Russ.).
5. Sharikov A.V. *Mediaobrazovaniye: mirovoy i otechestvennyy opyt* [Media Education: International and Domestic Experience]. Moscow, 1990. 66 p. (In Russ.).
6. *Pedagogicheskiy entsiklopedicheskiy slovar'* [Pedagogical Encyclopedic Dictionary]. Moscow, 2002. (In Russ.).
7. *UNESCO Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO*. Vienna. UNESCO, 1999. Pp. 273–274.
8. *UNESCO Media education*. Paris, UNESCO, 1984.
9. McLuhan M. *Understanding media: the extensions of man*. New York. McGraw-Hill, 1964. 359 p.