

ЛЕКЦІЯ 2. Теорії медіаосвіти та медіааналізу

Визначення понять

Теорії медіаосвіти (media education theories) — комплекс поглядів, уявлень, ідей, які тлумачать сенс, цілі й завдання навчання аудиторії на матеріалі та з допомогою мас-медіа, що, згідно з рекомендаціями ЮНЕСКО, забезпечує людині знання того, як: 1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; 2) визначати джерела медіатекстів, їхні політичні, соціальні, комерційні та/або культурні інтереси, їхній контекст; 3) інтерпретувати медіатексти й цінності, поширювані медіа; добирати відповідні медіа для створення і розповсюдження власних медіатекстів і знаходження зацікавленої в них аудиторії; 5) уможливити вільний доступ до медіа і для сприйняття, і для продукування. Теорії медіаосвіти пов'язані як з типологічно близькими педагогічними теоріями навчання і виховання, так і з ключовими медійними теоріями (захисною, семіотичною тощо).

Короткий історичний огляд

Медіаосвіта зародилася на початку ХХ століття і впродовж перших двох десятиліть розвивалася стихійно. Але вже в 1930-х роках науковці, стурбовані негативними медійними впливами, виступили з обґрунтуванням «захисної» або «протекціоністської» теорії медіаосвіти. Наприклад, деякі американські педагоги розглядали медіа як «агентів культурної деградації»: у цьому звинувачували комікси, рекламу в пресі й на телебаченні, «жовті» масові видання з їхнім нав'язуванням стереотипів.

У 1990-х роках «захисний» рух дістав підтримку з боку утвореної при ЮНЕСКО Міжнародної палати «Діти і насильство на екрані» (The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen). Ця організація, що співпрацювала з багатьма медіапедагогами світу, проводила міжнародні науково-педагогічні конференції, випускала спеціальні журнали, створювала сайти в інтернетмережі, друкувала книжки, присвячені проблемі негативного медійного впливу на дитячу аудиторію, насамперед щодо демонстрації насильства. Втім більшість учасників цього руху розуміли, що, крім боротьби проти «екранного насильства», слід активно розвивати медіаосвіту школярів і молоді, спрямовану на формування критичного, самостійного, демократичного, творчого мислення. Ось чому наприкінці 2002 року цю організацію перейменовано на Міжнародну палату «Діти, молодь і медіа» (The International Clearinghouse on Children, Youth and Media). Так підкреслено перехід від «захисних» цілей до широкого спектра медіаосвітніх завдань і дій. Проте так чи інакше, але «захисна» теорія медіаосвіти досі має своїх прихильників, особливо в релігійних організаціях. Справді, релігійні теорії медіаосвіти дуже близькі до «протекціоністських». Щоправда, шкідливим медійним впливам вони протиставляють не абстрактні «вічні цінності», а конкретні релігійні канони й етичні норми, залежні від конкретної теологічної доктрини.

У 1930 — 1950-х роках особливо популярний був практичний підхід до медіаосвіти. Зокрема, якщо згадати історію освіти в СРСР, то сталінський режим у другій половині 1930-х — першій половині 1950-х років схвалював тільки такий вид масової медіаосвіти, що відповідав тогочасній загальній настанові на виховання: мінімум розмірковувань і аналізу, максимум виконавської, переважно колективної, практики (політизовані масові паради, ходи, свята, хоровий спів тощо). Однак і сьогодні цей напрям медіаосвіти має чимало прихильників серед російських і не тільки педагогів, які вважають аналіз медіатекстів і роздуми про роль медіа в соціумі марнуванням часу і віддають перевагу конкретним практичним вправам у гуртках юних журналістів, кіномеханіків, відеооператорів, фотографів, «комп'ютерників» та ін.

Упродовж 1950 — 1990-х років у різних країнах висунуто не менше десятка теорій медіаосвіти (практичну, теологічну, етичну, ідеологічну, естетичну, семіотичну, розвитку критичного мислення, культурологічну, соціокультурну тощо).

Ключові теорії медіаосвіти

1. «Протекціоністська» («ін'єкційна», «захисна», прищеплювальна») теорія медіаосвіти (Protectionist Approach, Inoculatory Approach, Inoculative Approach, Hypodermic Needle Approach, Civil Defense Approach, L'Approche Vaccinatoire) [Leavis & Thompson, 1933 та ін.].

Її основа — «ін'єкційна» теорія медіа. Цю теорію часто називають також «протекціоністською» (запобіжною шкідливим медійним впливам), «теорією цивільного захисту» (тобто знову-таки захисту від медіа) або теорією «культурних цінностей» (мається на увазі, що негативному медійному впливові протиставлено «вічні цінності класичної культурної спадщини» (приміром, мистецтво античності чи ренесансу). Прихильники цієї теорії зазвичай ретельно вивчають типологію медійних впливів (або «ефектів»). Припускається, що медіа справляють дуже сильний прямий, переважно негативний, вплив на аудиторію. Наприклад, школярі «впроваджують» у життя способи насильства, побачені на екрані. Аудиторія формується з маси пасивних споживачів, які зазвичай не можуть зрозуміти суті медіатексту.

Головна мета медіаосвіти в рамках цієї теорії полягає в тому, щоб пом'якшити негативний ефект надмірного захоплення медіа (в основному що стосується неповнолітньої аудиторії). Педагоги прагнуть допомогти учням зрозуміти різницю між реальністю і медіатекстом через розкриття негативного медійного впливу (приміром, телебачення) на конкретних прикладах, доступних для розуміння відповідної аудиторії.

Зазвичай у «протекціоністської» теорії медіаосвіти в її чистому вигляді (тобто спрямованої тільки проти шкідливого медійного впливу) у світі є чимало противників [С. Bazalgette, Е. Bevort, D. Buckingham, J. Gonnet, L. Masterman, Т. Panhoff, С. Worsnop, О. П. Короченський, О. В. Федоров, О. В. Шаріков та ін.], які справедливо вважають, що медіа — невіддільна і впливова

частина нашого життя, чії позитивні сторони (не забуваючи при цьому негативних медійних впливів) і можливості не тільки можна, а й треба активно використовувати в педагогічному процесі.

2. Теологічна / релігійна теорія медіаосвіти (Theological Approach) [Pungente, 1999; Zasera, 2005; Духанин, 2005 та ін.].

Тут теоретична база — теологічна теорія медіа, що близька до етичної й захисної. Припускається, що медіа здатні формувати певні духовні, етичні / моральні, ціннісні принципи аудиторії (особливо це стосується неповнолітніх). З цього випливає головна мета теологічної медіаосвіти — долучити аудиторію до тієї чи іншої моделі поведінки, до ціннісних орієнтацій, що відповідають тим чи іншим релігійним догматам. Педагогічна стратегія базується на вивченні теологічних, світоглядних та етичних аспектів медіа й медіатекстів. Приміром, православний погляд на твір мистецтва не збігається зі світським розумінням, він повинен відрізнятися більшою проникливістю. Для християнина важливо через дії і слова героїв відчутти в цілому їхній дух, внутрішній настрій, зрозуміти, якщо висловлюватися філософською мовою, їхню ціннісну орієнтацію [Духанин, 2005, с. 17]. Зрозуміло, що ціннісні орієнтації в цьому випадку залежать від конкретного релігійного контексту, суттєво відмінного для християнської, мусульманської, буддистської чи іншої віри.

3. Етична теорія медіаосвіти (Ethic Approach, Moral Approach) [Пензин, 1987 та ін.]

Теоретична база — етична теорія медіа: припускається, що медіа здатні формувати певні етичні / моральні принципи аудиторії (особливо це стосується неповнолітніх). З цього випливає головна мета етичної медіаосвіти — долучити аудиторію до тієї чи іншої етичної моделі поведінки (що відповідає, наприклад, конкретній релігії, рівневі розвитку цивілізації, демократії тощо). Педагогічна стратегія базується на вивченні етичних аспектів медіа та медіатекстів. Зрозуміло, що моральні цінності в цьому випадку істотно залежать від соціокультурного та політичного контекстів.

Про це останнім часом пишуть і західні дослідники. Приміром, М. Берон і президент Асоціації медіаосвіти Квебека Л. Розер відзначають, що сучасний політичний, соціальний та ідеологічний клімат у деяких країнах приводить до повернення до подібної етико-протекціоністської педагогіки, бо учні повинні бути захищені від зла, аморального медійного впливу, «прищеплюватися» проти «вірусу» штучно створеного комерційно зацікавленими медійними структурами іміджу споживача [Baron, Rother, 2003].

4. Теорія медіаосвіти як розвитку «критичного мислення» (Critical Thinking Approach, Critical Autonomy Approach, Critical Democratic Approach, Le Jugement critique, L'Esprit critique, Representational Paradigm) [Gonnet, 2001; Masterman, 1985; 1994; 1997 та ін.].

Термін «критичне мислення» Американська психологічна асоціація (APA) визначає як «цілеспрямоване, саморегульоване судження, що завершується інтерпретацією, аналізом, оцінкою й інтерактивністю, також поясненням очевидних, концептуальних, методологічних або контекстних міркувань, на яких ґрунтується це судження. ... Ідеальне критичне мислення людини зазвичай пов'язане з допитливістю, доброю обізнаністю, причиною довіри, неупередженістю, гнучкістю, справедливістю в оцінюванні, чесністю в зіткненні з особистими упередженнями, розсудливістю в судженнях, бажанням переглядати, вияснити проблеми та складні питання, ретельністю у пошуку потрібної інформації, розумністю у виборі критеріїв, постійністю в пошуку результатів, таких же точних, як і використані першоджерела. Ця комбінація пов'язує розвиток уміння критичного мислення з розумінням основ раціонального та демократичного суспільства» [Cit. from: Ruminski, and Hanks, 1997, p. 145].

Теоретичною основою цієї теорії, скоріше за все, можна вважати теорію медіа як «порядку денного», де медіа представлені «четвертою владою», що поширює моделі поведінки й соціальні цінності серед різномірної маси індивідуумів. Звідси випливає провідна мета медіаосвіти: навчити аудиторію аналізувати і виявляти маніпулятивні дії медіа, орієнтуватися в інформаційному потоці сучасного суспільства [Masterman, 1997, p. 25]. У процесі занять з учнями вивчається медійний вплив на індивідів і суспільство з допомогою так званих «кодів» (умовностей-символів, наприклад, у телерекламі), розвивається критичне мислення школярів і студентів стосовно медіатекстів.

Вважається, що аудиторії треба дати орієнтир в умовах надлишку різноманітної інформації, навчити грамотно її сприймати, розуміти, аналізувати, мати уявлення про механізми та наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів. Однобічна або перекручена інформація (яку передає, наприклад, телебачення, що володіє великою силою пропагандистського навіювання), безсумнівно, потребує осмислення. Ось чому вважають корисним, щоб учні могли визначати розбіжності між заданими і загальновідомими фактами й тими, що потребують перевірки, надійність джерела інформації, упередженість судження, незрозумілі або двозначні аргументи, логічну несумісність у ланцюзі міркування тощо.

Безперечно, для аналізу інформаційних телепрограм подібні вміння можуть дати добрі педагогічні результати, виробляючи своєрідний «імунітет» до бездоказовості, фігур замовчування або брехні. Не можна не визнати, що незалежно від політичного устрою тієї чи іншої держави, людина, не підготовлена до сприйняття інформації в різних її видах, не може повноцінно її розуміти й аналізувати, не в змозі протистояти маніпулятивним медійним впливам (якщо така маніпуляція наявна), не здатна до самостійного / автономного висловлювання своїх думок і почуттів з приводу прочитаного / почутого / побаченого.

На жаль, деякі педагоги занадто спрощено розуміють медіаосвіту як розвиток «критичного мислення», звужуючи спектр вивчення до роботи з рекламою або телевізійними інформаційними програмами (де, природно, найлегше виявити ті чи інші спроби маніпуляції) і повністю залишаючи осторонь художню сферу медіа.

У. Еко впевнений, що сучасний соціум не можливий без (само)медіаосвіти людини, бо в найближчому майбутньому наше суспільство розщепиться — чи вже розщепилося — на два: тих, хто у своїх контактах з медіа обходиться без критичного добору отримуваної інформації, й тих, хто здатний добирати й обробляти [Еко, 1998а]. При цьому потрібно «навчити людей вибирати головне і корисне, бо якщо вони не навчаться цього робити, доступ до всієї цієї інформації виявиться повністю даремним» [Еко, 2007].

Отже, селекція й обробка / осмислення / аналіз медіатекстів — основа медіакомпетентності людини XXI століття.

5. Ідеологічна теорія медіаосвіти (Ideological Approach) [Gramsci, 1971; Ellul, 1979 та ін.]

Тут теоретична база — ідеологічна теорія медіа. Передбачається, що медіа здатні цілеспрямовано маніпулювати громадською думкою, зокрема в інтересах того чи іншого соціального класу, раси чи нації. Неповнолітня аудиторія стає найлегшою мішенню для впливу з допомогою медіа. Звідси випливає пріоритетна мета медіаосвіти — викликати в аудиторії бажання змінити систему масової комунікації (якщо при владі в країні перебувають сили, далекі від ідеологічних поглядів їхніх опонентів) або, навпаки, переконати, що сформована медійна система — найкраща (якщо влада в державі належить лідерам, які сповідують «потрібну» ідеологію), в цьому випадку посилено критикують медіакультуру інших країн.

Педагогічна стратегія зводиться до вивчення політичних, соціальних, національних та економічних аспектів медіа, до аналізу численних суперечностей, які містять ці аспекти, з погляду того чи іншого класу, раси, релігії чи нації [Piette & Giroux, p. 102].

Сьогодні «ідеологічна» теорія медіаосвіти значною мірою втратила свої колишні позиції, але певним чином трансформувалася: на перший план почали виходити не класовий, а національно-регіональний, релігійний, соціально-політичний підходи до медіаінформації. Так, наприклад, педагоги деяких держав і націй прагнуть захистити учнів від експансії американської масової культури (аналогія з «протекціоністським» спрямуванням). У країнах «третього світу» (наприклад, у латиноамериканських, азійських, арабських) стає популярною активна протидія медіаглобалізації (тобто знову-таки — американізації). Крім того, ідеологічна теорія, безумовно, має спільні точки підходи з популярнішою на Заході теорією медіаосвіти як розвитку «критичного мислення». Бо обидві з'ясовують питання про те, чиїм інтересам слугує та чи інша інформація і на які групи населення вона розрахована.

6. Екологічна теорія медіаосвіти (Ecologic Approach, Therapy Approach) [Хилько, 2001; Потятиник, 2002 та ін.]

Ця теорія спирається на праці відомих екологів і філософів (В. І. Вернадського, Л. М. Гумільова та ін.). Медіапедагоги-«екологи» вважають, що потрібен розвиток екології медійного сприйняття як складової частини медіаграмотності людини, який передбачає терапевтичну помірність у переглядах, контроль та обмеження, критичний аналіз медіатекстів, «використання екологічної стратегії протидії насильству і зображенню патологій з екрана, віртуальній взаємодії через комп'ютер і, найголовніше, збереженню духовно-естетичної орієнтації в рамках власної глядацької концепції» [Хилько, 2001, с. 66].

Основний зміст «екологічної медіаосвіти» — це синтез положень, узятих з «протекціоністської», «естетичної» й «етичної» теорій медіаосвіти і теорії розвитку критичного мислення.

Педагогічна стратегія цього підходу ґрунтується на навчанні «екологічних принципів» контактів з «віртуальною реальністю», коли екологічні проблеми сприйняття медійної інформації розглядають з позиції її моральноестетичного змісту, що розширює розуміння сфери екологічної діяльності як духовно-особистісних ресурсів. Попри синтетичність у підходах, екологічна теорія медіаосвіти увиразнює домінанту захисної, запобіжної функції.

7. Теорія медіаосвіти як джерела «задоволення потреб» аудиторії (Uses and Gratifications Approach) [Gripsrud, 1999 та ін.].

Теоретичною основою тут служить теорія «споживання і задоволення» в медійній галузі. Йдеться про те, що медійний вплив на аудиторію обмежений, учні можуть самі правильно вибрати й оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб. Отже, пріоритетну мету медіаосвіти вбачають у тому, щоб допомогти аудиторії взяти з медіа максимум користі відповідно до своїх бажань і схильностей.

8. «Практична» теорія медіаосвіти, теорія практичної медійної діяльності / активності (Practical Approach, Technology Approach, Hands-on Making Approach)

Цей підхід відомий також під назвою «медіаосвіта як «таблиця множення» (тобто мається на увазі, що практичне вміння працювати з медіаапаратурою учням слід засвоїти як таблицю множення) і теорія практичної, творчої «медіаактивності» / «медіадіяльності». Теоретичною базою тут, на наш погляд, служить адаптована теорія «споживання і задоволення» в медійній галузі (наприклад, діти цікавляться медіатехнікою, отже, треба задовольнити їхні потреби — навчити їх створювати шкільні газети й журнали, інтернетні сайти, фотографувати, знімати фільми на кіно- / відеоплівку, монтувати, озвучувати їх тощо). Звідси підвищена увага до

вивчення технічної будови медіатехніки й формування практичних умінь використання такої апаратури, зокрема й для створення власних медіатекстів.

Інший різновид «практичного підходу» — використання медіатекстів для ілюстрації матеріалів так званих предметів «обов'язкового циклу» — фізики, математики, біології, історії тощо.

Напевно, теорію «практичної» медіаосвіти, практичної медіаактивності можна вважати різновидом теорії медіаосвіти як джерела «задоволення потреб аудиторії» з тією лише різницею, що задовольняються не сюжетні, жанрові й стилістичні уподобання аудиторії у медійній сфері, а потреби технічні та практичні. Проте практична сторона медіапедагогіки аж ніяк не піддається сумніву з боку багатьох інших підходів — від розвитку «критичного мислення» до культурологічної медіаосвіти. Щоправда, там практичні справи мають не головний, а допоміжний характер.

9. Культурологічна теорія медіаосвіти (*Cultural Studies Approach*) [Bazalgette, 1992; Hart, 1998a; 1998b та ін.]

Як теоретичну основу тут використовують культурологічну теорію медіа. Стверджується, що медіа скоріше пропонують, ніж нав'язують інтерпретацію медіатекстів. Аудиторія завжди перебуває в процесі діалогу з медіатекстами та їх оцінювання [Piette & Giroux, 1998, p. 122]. Аудиторія не просто «зчитує» інформацію, а вкладає різні значення в сприйнятті медіатексти, самостійно їх аналізує. Звідси випливає основна мета медіаосвіти: допомогти учням зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання тощо аудиторії. Для консолідації дій медіапедагогів усе більшого значення набувають ключові поняття медіаосвіти [Бэзэлгэт, 1995, с. 48; Bowker, 1991; Hart, 1997, p. 202]: медійні агенції, медійні категорії, медійні технології, медійні мови, медійні аудиторії, медійні репрезентації.

Найсильніші позиції культурологічної теорії у Великій Британії [С. Bazalgette, А. Hart та ін.] і Канаді [В. Duncan, С. Worsnop та ін.], хоча чимало її прихильників можна знайти і в інших країнах світу (наприклад, у Франції, Німеччині, Росії).

10. Естетична (художня) теорія медіаосвіти (*Aesthetical Approach, Media as Popular Arts Approach, Discriminatory Approach*) [Halls & Whannel, 1964; Усов, 1989 та ін.]

Теоретична база тут багато в чому збігається з культурологічною теорією медіаосвіти. Однак головну мету медіаосвіти вбачають у тому, щоб допомогти аудиторії зрозуміти основні закони й мову спектра медіатекстів, стосовних до мистецтва, розвинути естетичне / художнє сприйняття і смак, здібності до кваліфікованого художнього аналізу. Ось чому основний зміст медіаосвіти спирається на вивчення мови медіакультури, авторського світу творця художнього медіатексту, історію медіакультури (історію кіномистецтва, художнього телебачення тощо). Педагоги прагнуть тут

навчити школярів і студентів критично аналізувати художні медіатексти, інтерпретувати і кваліфіковано їх оцінювати.

У багатьох країнах Східної Європи естетична теорія медіаосвіти протягом багатьох десятиліть (з 1920-х до 1980-х років) поєднувалася з ідеологічною. Сьогодні ця теорія значною мірою тяжіє до культурологічної теорії медіаосвіти, бо має явні збіги в теоретичній базі, у ставленні до проблеми «медіа й аудиторія» й подібні підходи до цілей і завдань, до змісту і педагогічної стратегії.

Разом з тим деякі дослідники, наприклад, Л. Мастерман [Masterman, 1997, р. 22], вважають, що «естетична теорія» медіаосвіти суттю дискримінаційна (Discriminatory Approach), тому що проголошує кінцевою метою розвиток «здатності до кваліфікованого судження» тільки щодо спектра мистецтва всередині медіаінформації.

Л. Мастерман вважає, що «питання оцінювання якості медіатексту повинні бути в медіаосвіті допоміжними, а не центральними. Основна мета — допомогти учням зрозуміти, як медіа функціонують, чиї інтереси виражають, який зміст медіатекстів, як вони відображають реальність і як їх сприймає аудиторія» [Masterman, 1997, р. 25]. При цьому, щоправда, Л. Мастерман визнає, що художня медіаосвіта ефективніша за «протекціоністську», бо спрямована на користь медіа, а не проти них.

Естетична теорія медіаосвіти була дуже популярна на Заході в 1960-і роки (особливо в середовищі активних прихильників кіноосвіти в епоху розквіту «авторського кінематографа»). Однак, починаючи з 1970-х років, її почали інтенсивно витісняти теорії медіаосвіти як розвитку критичного мислення, семіотичні та культурологічні теорії, автори й послідовники яких вважають, що художня сфера медіа — далеко не найважливіша в сучасному світі. Тому медіатекст треба оцінювати насамперед не за його естетичними якостями, а за суттю змісту, себто — ідеями, які в ньому наявні, компонентами мови, символами та знаками. Разом з тим у багатьох навчальних програмах з медіакультури сьогодні намагаються знайти компромісне рішення в суперечках «естетиків» і «прагматиків», поєднуючи сферу художньої, експериментальної, аналітичної медіаосвіти з практико-креативними підходами.

11. Семіотична теорія медіаосвіти (Semiotic Approach, Le decodage des medias)

Ця теорія спирається на праці теоретиків медіасеміотичного (структуралістського) напрямку, як Р. Барт [Barthes, 1964], К. Метц [Metz, 1964], У. Еко [Eco, 1976] та ін. Медіа-педагоги-«семіотики» стверджують, що медіа часто прагнуть завуалювати багатозначний знаковий характер своїх текстів, а це загрожує свободі споживання інформації. Аудиторія, насамперед дитяча, надто пасивна стосовно «читання» медіатекстів, тому мета медіаосвіти в тому, щоб допомогти учням «правильно читати» медіатекст. Основним змістом медіаосвіти стають «коди» і «граматика» медіатексту, тобто медійна

мова, а педагогічною стратегією — навчання правил декодування медіатексту, опису його змісту, асоціацій, мовних особливостей тощо (denotation / connotation). Нагадаємо, що під *семіотичним аналізом* (Semiological Analysis) медіатекстів розуміють аналіз мови знаків і символів, який тісно пов'язаний з іконографічним аналізом.

У. Еко мав рацію, стверджуючи, що «в епоху, коли масові комунікації часто виявляються інструментом влади, яка соціально контролює з допомогою планування повідомлень, там, де неможливо змінити способи відправлення або форму повідомлень, завжди залишається можливість змінити — таким собі партизанським способом — обставини, в яких адресати обирають власні коди прочитання [Еко, 1998b, с. 415]. По суті, тут чітко показано механізм протистояння аудиторії цілеспрямованому ідеологічному впливові медіатекстів і спробам медійних маніпуляцій свідомістю людини. А саме вміння самостійно трактувати, критично оцінювати медіатексти — стрижень медіакомпетентності, під якою ми розуміємо «сукупність її мотивів, знань, умінь, здібностей особистості (показники: мотиваційний, контактний, інформаційний, перцептивний, інтерпретаційний / оцінний, практикоопераційний / діяльнісний, креативний), що сприяють вибору, використанню, критичному аналізу, оціненню, створенню і переданню медіатекстів у різних видах, формах і жанрах, аналізу складних процесів функціонування медіа в соціумі» [Федоров, 2007, с. 54].

12. Соціокультурна теорія медіаосвіти (Social and Cultural Approach)

Теоретична база: культурологічна (необхідність освіти як результат розвитку медіакультури) і соціологічна (як результат усвідомлення в педагогіці значущості соціальної ролі медіа). Основні положення соціокультурної теорії медіаосвіти [О. В. Шариков]: 1) розвиток медіа закономірно приводить до необхідності виникнення спеціальної професійної освіти в кожній новій сфері, пов'язаній з появою нових мас-медіа; 2) враховуючи масовість медіааудиторії, у професіоналів, насамперед викладачів спеціальних медіадисциплін, виникає потреба навчати ширші верстви населення медійної мови; 3) ця тенденція посилюється у зв'язку з тим, що суспільство усвідомлює все сильніший медійний вплив на своє життя, що породжує осмислення соціальної ролі медіа і, як наслідок, переконує медіапедагогів у подальшому розвитку медіаосвітнього процесу.

Практична цінність теорій медіаосвіти

Кожну з проаналізованих теорій медіаосвіти можуть використовувати у своїй роботі педагоги вищої та середньої школи, установ додаткової освіти, тому що в більшості випадків теорії медіаосвіти підпорядковані центральній ролі школяра / студента, що ми бачимо прогресивною тенденцією, яка відповідає принципам рівності, свободи, співрозвитку у відносинах між педагогами й учнями. Останнім часом можна побачити спроби синтезувати деякі з наведених теорій. Наприклад, Л. Джонсон [L. Johnson] вважає, що

можна запропонувати модель навчання медіаграмотності / медіакомпетентності у вигляді трьох кіл, які перетинаються одне з одним: перше — інтеграція в навчальні плани шкіл і вишів, друге — пов'язане з галуззю терапії, третє — з естетичною сферою. Синтез цих трьох кіл становить модель навчання медіаграмотності з освітнім центром. Пропонуючи таку модель, ми пов'язуємо терапію й освіту з герменевтикою й естетичним сприйняттям [Johnson, 2001, p. 17].

Російські дослідження [Федоров, 2001; 2010; Fedorov, 2003; 2010] показали, що медіапедагоги різних країн активно використовують різні способи навчальної діяльності: «deskриптивний» (переказування медіатексту, перераховування дійових осіб і подій); «особистісний» (опис відносин, емоцій, спогадів, які викликає медіатекст); «аналітичний» (аналіз структури медіатексту, мовних особливостей, поглядів); «класифікаційний» (визначення місця твору в історичному контексті); «пояснювальний» (формування суджень про медіатекст у цілому або про його частини); «оцінний» (висновок про достоїнства медіатексту на основі особистісних, моральних чи формальних критеріїв).

У результаті аудиторія не тільки дістає втіху від спілкування з медіакультурою, а й уміє інтерпретувати медіатекст (аналізувати цілі автора, усно й письмово обговорювати характери персонажів і розвиток сюжету, етичні позиції персонажів і авторів тощо), пов'язувати його зі своїм досвідом і досвідом інших (ставити себе на місце персонажа, оцінювати факт і думку, виявляти причину й наслідок, мотиви, результати вчинків, реальність дії тощо). Тут важливе також уміє реагувати на твір (написати рецензію, міні-сценарій тощо), розуміти культурну спадщину (бачити особисту, історичну, національну, всесвітню перспективу тощо), набувати знання (ознайомлюватися з основними видами й жанрами медіакультури, визначати розвиток будь-якої теми в різних жанрах, у різні історичні епохи, вивчати стилі, способи, творчість діячів медіакультури), володіти критеріями й методами оцінювання медіатексту тощо. Формування цих умінь, безперечно, сприяє розумінню аудиторією місця медіакультури в суспільстві епохи глобалізації, бо функціонування медіатекстів пов'язане з соціальними, політичними, економічними, релігійними, етичними та інтелектуальними аспектами життя людей; розвиткові естетичної свідомості (сприйняття, смаку тощо), творчої індивідуальності учня (студента), його демократичної / гуманістичної позиції в сучасному суспільстві.