

**МОЛДАВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ДОКТОРСКАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ НАУК**

На правах рукописи

CZU: 070.11:37.015:659.3(560+478)(043)

КАРААСЛАН ТЕМЕЛЬ

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ТУРЦИИ И
РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА**

Диссертация на соискание ученой степени доктора наук

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ: 571.01 – ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАТИЧЕСКИЕ
ПРОЦЕССЫ**

Научный руководитель:

МАРИН КОНСТАНТИН

доктор хабилитат

политических наук, профессор

Государственный университет Молдова

Автор:

КАРААСЛАН ТЕМЕЛЬ

КИШИНЕВ, 2022

**UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA
ȘCOLA DOCTORALA DE ȘTIINȚE SOCIALE**

Cu titlu de manuscris
C.Z.U: 070.11:37.015:659.3(560+478)(043)

KARAASLAN TEMEL

**TENDINȚELE ACTUALE ȘI PERSPECTIVELE DEZVOLTĂRII
EDUCAȚIEI MEDIA ÎN SPAȚIUL MEDIA DIN TURCIA ȘI REPUBLICA
MOLDOVA.**

Disertația pentru gradul de doctor în științe în domeniul științelor comunicării.

SPECIALITATEA 571.01 - JURNALISM ȘI PROCESE MEDIA.

Conducător științific: _____ **MARIN** Constantin, doctor habilitat în politologie,
profesor universitar.

Autor: _____ **KARAASLAN** Temel

CHIȘINĂU, 2022

© Все права защищены КАРААСЛАН ТЕМЕЛЬ, 2022

Оглавление

ADNOTARE.....	5
ANNOTATION	6
АННОТАЦИЯ.....	7
СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ	8
ВВЕДЕНИЕ	9
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ.....	19
1.1 Медиаобразование как предмет научных исследований: историографический обзор ...	19
1.2 Медиаобразование как современная область знаний в медийном пространстве	30
1.3. Теоретические и методологические концепции медиаобразования в мире	44
1.4. Выводы по первой главе.....	55
ГЛАВА 2. ПРОЦЕСС РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ НА ЗАПАДНЫХ СТРАНАХ....	56
2.1. Глобальные процессы возникновения медиаобразования на западе	56
2.2. Политики и проекты международных организаций в области медиаобразования	67
2.3. Опыт медиаобразования в Финляндии, Великобритании и России.....	80
2.4. Выводы по второй главе.....	99
ГЛАВА 3. МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ТУРЦИИ И РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА	100
3.1. Турецкий государственный опыт медиаобразования как отражение современной национальной медиа системы	100
1.2. Актуальность развития медиаобразования в республике Молдова	117
3.3. Перспективы развития медиаобразования в Турции и Молдове с учетом Европейского опыта	136
3.4. Выводы по третьей главе	149
ОБЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	151
БИБЛИОГРАФИЯ.....	157
ПРИЛОЖЕНИЕ-1 (ГРАФИК, ТАБЛИЦА).....	170
ПРИЛОЖЕНИЕ-2 (Резолюция Европарламента от 16 декабря 2008 года по медиаграмотности в мире цифровых технологий (2008/2129(INI)	178
РЕЗЮМЕ АВТОРА (CURRICULUM VITAE EUROPASS)	187
ДЕКЛАРАЦИЯ ОБ ОТВЕТСТВЕННОСТИ.....	188

ADNOTARE

Autor: **Karaaslan Temel.**

Tendințele actuale și perspectivele dezvoltării educației media în spațiul media din Turcia și Republica Moldova. Disertația pentru gradul de doctor în științe în domeniul științelor comunicării. Specialitatea 571.01 - Jurnalism și procese media. **Chișinău, 2022.**

Structura disertației. Lucrarea constă dintr-un rezumat (în limba română, rusă și engleză), o introducere, trei capitole, inclusiv: 1grafic, 4 tabele, concluzii generale și recomandări, include o bibliografie (218 surse), o listă de abrevieri și aplicații (2). Volumul principalului text al disertației este de 150 de pagini.

Cuvinte cheie: educație media, alfabetizare media, cultura media, competență media, „pedagogie media, mass-media, jurnalism, democrație, dezinformare, știri false, manipulare, gândire critică, UNESCO, Parlamentul European, Uniunea Europeană, Turcia, Republica Moldova.

Domeniul de studiu. Jurnalism și procese media

Scopul disertației. Obiectivul principal al acestui studiu este de a identifica tendințele și perspectivele actuale pentru dezvoltarea educației media în spațiul media din Turcia și Republica Moldova. Scopul studiului a determinat următoarele sarcini: Analizarea motivelor necesității educației media, dezvoltarea abordărilor teoretice și metodologice ale studiului rolului educației media în spațiul media modern bazat pe un aparat categoric bazat științific, caracterizarea conceptului termenului „educație media” și analizarea alegerii determinării caracteristicilor interacțiunii dintre educația media, alfabetizarea media și competența media în literatura științifică. Analiza politicii și proiectelor europene în domeniul educației media și în special a procesului de formare și dezvoltare a educației media în practicile europene în etapa actuală. Pe această bază, urmăriți perspectivele dezvoltării educației media în Turcia și Republica Moldova, ținând cont de experiența europeană.

Principala problemă științifică rezolvată: a fost realizată o analiză cuprinzătoare a esenței educației mass-media și a fost dezvoltat rolul său în implementarea sarcinilor în spațiul mass-media modern. Sunt determinate modalități de creștere a eficacității alfabetizării mediatică în spațiul mass-media modern din Turcia și Republica Moldova.

Noutatea și originalitatea științifică. De-a lungul anilor, tot mai mulți cercetători din diferite țări și-au propus de mult sarcina de a determina gama educației media - o direcție în pedagogie pentru studenții de vârste diferite. Cu toate acestea, educația media este o zonă în curs de dezvoltare activă, care este strâns legată nu numai de pedagogie și educație, dar și în alte domenii ale vieții, care îndeplinește cerințele unei societăți democratice moderne de-a lungul vieții omului. Astăzi, activitățile de educație media din Republica Moldova pot fi descrise ca fiind în curs de dezvoltare. Acest studiu este considerat un subiect relativ nou în dezvoltarea educației media în spațiul media pentru Turcia și Republica Moldova.

Semnificația teoretică a lucrării noastre de cercetare constă în confirmarea faptului că educația media este privită din ce în ce mai mult ca un instrument de susținere a democrației și face parte din drepturile de bază ale fiecărui cetățean al oricărei țări din lume la libertatea de exprimare și la formarea unei poziții publice active a oamenilor, a culturii civice și politice a acestora în societatea modernă mediatică. În același timp, fără mass-media independentă este imposibil să construim democrația și să realizăm o dezvoltare durabilă a educației media. Rezultatele formulate în disertație completează și concretizează cunoștințele științifice despre educația media și alte instituții sociale în implementarea politicilor sociale și educaționale.

Valoarea practică a cercetării: materialele cercetării disertației oferă recomandări bazate științific organismelor guvernamentale, organizațiilor neguvernamentale, părinților, educatorilor media, cercetătorilor, jurnaliștilor, profesorilor, studenților pentru îmbunătățirea eficienței a educației mediatică în spațiul media. Lucrările noastre oferă informațiile necesare în domeniile jurnalismului și pot face obiectul unor cercetări suplimentare în domeniul teoriei și practicii educației media.

Testarea și implementarea rezultatelor muncii. Studiile teoretice și practice, ale căror rezultate sunt prezentate în disertație, au fost publicate în cinci articole științifice și au fost prezentate și discutate în șase conferințe științifice internaționale și naționale.

ANNOTATION

Karaaslan Temel. **The modern tendencies and prospects for the development media education in media space of the Turkey and Republic of Moldova.** Doctoral thesis in Communication Sciences, Specialty 571.01 - Journalism and Media Processes. **Chisinau, 2022.**

Structure: The work consists of an introduction, three chapters, Conclusions and Recommendations, the list of abbreviations, Bibliography of 218 titles, 150 pages of main text and 2 Annexes, 1 Graphics, 4 table.

Key words: media education, media literacy, media culture, media competence, media, democracy, manipulation, critical thinking, Turkey, Republic of Moldova.

Field of study: Journalism and Media Processes

Research Goal: The purpose of the dissertation is to identify current trends and prospects for the development of media education in the media space of Turkey and the Republic of Moldova based on European experience.

Research Objectives: to study theoretical and methodological approaches to the study of the essence and role of media education in the modern media space, to determine its interaction with media literacy and media competence; to analyze the European policy and experience in the formation and development of media education at the present stage; generalize the practice and identify the prospects for the development of media education in Turkey and the Republic of Moldova, taking into account the European experience.

Scientific problem solved: on the basis of a comprehensive analysis of the essence of media education and the identification of its role in the development of the modern media space, ways to increase the effectiveness of media education in Turkey and the Republic of Moldova are determined.

Scientific novelty and originality of the work consists in summarizing and evaluating the practice of developing media education in Turkey and the Republic of Moldova and determining the prospects for its development in a modern democratic society based on European experience.

The theoretical significance of the thesis lies in the fact that it contains a number of clarifications of the categorical apparatus, in particular, a clearer distinction is made between such close concepts as media education, media literacy, media culture and media competence, and the phenomenon of media education itself, which has so far received a predominantly pedagogical approach, is considered from the point of view of communication science as a media process. All this expands scientific knowledge about media education and its role in the implementation of social and educational policy.

Practical value of the research: the materials of the dissertation research provide evidence-based recommendations to government agencies, non-governmental organizations, researchers, journalists, media educators for the effective development of the theory and practice of media education.

Approbation and implementation of the results of the work. Theoretical and practical results of the study were reflected in five scientific articles and were presented and discussed at six international and national scientific conferences.

АННОТАЦИЯ

Карааслан Темель. **Современные тенденции и перспективы развития медиаобразования в медийном пространстве Турции и республики Молдова.** Диссертация на соискание ученой степени доктора наук в области наук о коммуникации. Специальность 571.01 – Журналистика и медиатические процессы. **Кишинев, 2022.**

Структура диссертации. Работа состоит из введения, трёх глав, общих выводов и рекомендаций, библиографии (218 источников), одного графика и четырех таблиц. Объем основного текста диссертации - 150 страниц.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиакультура, медиакомпетентность, СМИ, демократия, манипуляция, критическое мышление, Турция, Республика Молдова.

Область исследования. Журналистика и Медиатические процессы

Цель диссертации заключается в том, чтобы выявить современные тенденции и перспективы развития медиаобразования в медийном пространстве Турции и Республики Молдова на основе европейского опыта.

Задачи работы: изучить теоретико-методологические подходы к исследованию сущности и роли медиаобразования в современном медийном пространстве, определить его взаимодействие с медиаграмотностью и медиакомпетентностью; проанализировать европейскую политику и опыт, а становлении и развитии медиаобразования на современном этапе; обобщить практику и выявить перспективы развития медиаобразования в Турции и Республике Молдова с учетом европейского опыта.

Основная решенная научная проблема: на основе комплексного анализа сущности медиаобразования и выявления его роли в развитии современного медийного пространства определены пути повышения эффективности медиаобразования в Турции и Республике Молдова.

Научная новизна и оригинальность работы заключается в обобщении и оценки практики развития медиаобразования в Турции и Республике Молдова и определения перспектив его развития в современном демократическом обществе на основе европейского опыта.

Теоретическая значимость диссертации заключается в том, что в ней содержится ряд уточнений категориального аппарата, в частности дано более четкое разграничение между такими близкими понятиями как медиаобразование, медиаграмотность, медиакультура и медиакомпетентность, а само явление медиаобразования, получившего до сих пор преимущественно педагогический подход, рассматривается с точки зрения коммуникативистики как медийный процесс. Все это расширяет научное знание о медиаобразовании и его роли в реализации социальной и образовательной политики.

Практическая ценность исследования: материалы диссертационного исследования предоставляют научно обоснованные рекомендации государственным органам, неправительственным организациям, исследователям, журналистам, медиапедагогам для эффективного развития теории и практики медиаобразования.

Апробация и внедрение результатов работы. Теоретические и практические результаты исследования были отражены в пяти научных статьях и были представлены и обсуждены на шести международных и национальных научных конференциях.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

- ИФЛА– Международная Федерация библиотечных ассоциаций и учреждений
- ИКТ– информационно-коммуникационных технологий
- МИГ– Медийная и информационная грамотность
- НПО– неправительственные организации
- ООН– Организация Объединённых Наций
- ОБСЕ– Представитель Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе
- ОАГ– Специальный докладчик Организации американских государств
- РМ– Республика Молдова
- СМК / СМИ –средств массовой информации/коммуникации
- США– Соединённые Штаты Америки
- СНГ– Содружество независимых государств
- СССР–Союз Советских Социалистических Республик
- ТРМ –Общественная Компания «Телерадио-Молдова»
- ЦНЖ– Центр независимой журналистики/ (на рум-Centrul Pentru Jurnalism Independent–СЛ).
- ЮНЕСКО –Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры.
- ЮНИСЕФ – Детский фонд Организации Объединенных Наций
- ВФИ–Британский кино институт (British Film Institute)
- DVD–Цифровой многоцелевой диск
- ЕС–Евросоюз,
- EMEDUS – European Media Literacy Education Project
- МЕВ– Министерства образования Турции
- ОFCOM– Офис по коммуникациям Великобритании
- RTÜK – Высший совет по радио и телевидению Турции
- TRT – Турецкая государственная Телерадио корпорация
- USAID –United States Agency for International Development/Агентство США по международному развитию.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что, медиа окружают нас повсюду и от постоянного потока информации не скрыться в современной социокультурной ситуации. Человек является существом социальным. Современные средства массовой информации играют ключевую роль в формировании картины мира индивида и во многом контролируют распространение информации, которая влияет на наши представления, установки, а в конечном итоге – и на наше поведение. Это значит, что на поведение любого индивида всегда оказывают влияние другие люди. Информация может быть, как позитивной, так и негативной. Власть СМИ несомненна, и наша задача заключается не в том, чтобы осуждать или одобрять ее, а скорее в том, чтобы признавать ее огромное влияние и проникновение во все сферы нашей жизни как свершившийся факт и оценить их значение как элемента современной мировой культуры [59, с. 63].

На современном этапе развития общества человек подвержен информационной атаке. Большой поток информации поступает из различных источников (радио, телевидение, видео, пресса, Интернет и др.) Методы и технологии манипулирования стремительно развиваются, поэтому защитить себя от подобного воздействия довольно непросто. По утверждению Российского профессора А.В. Федорова, «...человек, не подготовленный к восприятию информации в различных ее видах, не может полноценно ее понимать и анализировать, не в силах противостоять манипулятивным воздействиям медиа (если такая манипуляция имеет место), не способен к самостоятельному выражению своих мыслей и чувств» [117, с. 26].

Дезинформация, порой называемая «ложными» или «фейковыми новостями», и представляют собой многочисленные угрозы демократическим обществам. Известно, что некоторые государства на регулярной основе используют дезинформацию в качестве инструмента внешней политики. Существует бесчисленное множество примеров того, как такие государства распространяли в мире ложную или подтасованную информацию в целях дестабилизации своих предполагаемых противников и оппонентов и сокрытия своих собственных действий.

Примером тому служит Оксфордский университет опубликовал исследование, посвященное манипуляции общественным мнением при помощи интернета и соцсетей. Доклад «The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation» «Глобальная система дезинформирования-2019: классификация организованной манипуляции в социальных медиа» опубликован Оксфордским университетом. Авторы исследуют наиболее популярные интернет-платформы и способы дезинформации и манипуляции общественным мнением.

Чаще всего в таких попытках замечены государственные ведомства, их подрядчики или политические организации. К попыткам авторы относят только организованные целенаправленные кампании, а не действия отдельных лиц из хулиганских побуждений.

В докладе говорится, что в последние два года методы манипулирования используются в два раза чаще, причем как демократическими, так и авторитарными правительствами. В авторитарных же странах государственные органы используют интернет для пропаганды, подавления свободы общественного мнения, свободы СМИ, подавления критики в свой адрес, очернения политических оппонентов и искоренения политического инакомыслия. Такие страны, как Китай, Индия, Иран, Турция, Пакистан, Россия, Саудовская Аравия и Венесуэла, используют интернет и соцсети для манипуляции общественным мнением в целях политического влияния на другие страны. В демократических странах «компьютерной пропагандой» занимаются политики и партии, например, наращивая число своих сторонников при помощи фейковых подписчиков или распространяя фейковые или полужейковые новости среди электората.

Исследователи отмечают, мировые тенденции развития информационного общества, проникновение медиа во все сферы деятельности человека открыли новые широкие возможности для образования и развития, но, в то же время, обострили негативные тенденции, связанные со снижением духовного и культурного уровня в современном обществе.

В докладе подчеркивается «государственные агентства и политические партии во всем мире используют соцсети для распространения дезинформации и других видов манипулирования. И хотя пропаганда всегда была частью политики, широкие масштабы таких кампаний вызывают большое беспокойство за современную демократию». Продолжающаяся проблема для Facebook, Twitter и YouTube, поскольку они пытаются бороться с дезинформацией, особенно когда виновниками являются правительства. В 87% стран для манипуляции используются аккаунты живых людей. В 80% стран — бот-аккаунты, в 11% стран — киборг-аккаунты (человек, использующий через свой аккаунт бот-технологии), в 7% стран — украденные или взломанные аккаунты. В 52 странах зафиксированы попытки продвижения дезинформации и манипуляции мнением пользователей в соцсетях. В 47 странах в 2019 году власти использовали атаки троллей и ботов на политических оппонентов или активистов. Это почти вдвое больше, чем в 2018 году. Компании объявили о внутренних изменениях, чтобы уменьшить манипуляции соцсетями и иностранное вмешательство. Однако исследования показывают, что использование тактики, включающей ботов, фальшивые аккаунты в социальных сетях и наемных «троллей», растет. Доклад указывает на то, что Китай и Россия стали "крупными

игроками в глобальной дезинформации" и вышли за рамки своих внутренних платформ, таких как Weibo, WeChat, Вконтakte и QQ, обращаясь к услугам Facebook, Twitter и YouTube. [163].

В связи с этим возникает социальный заказ на личность, не имея большого жизненного опыта, гражданам трудно оценивать и отбирать информацию, вследствие чего они находятся в полной власти медиа. Из этого явствует, что медиаобразование предоставляет возможность для развития коммуникативных навыков человека, и призвано наделять личность навыками критического мышления и альтернативного поиска решений, чтобы сделать ее ответственным потребителем и производителем информации.

Глобальные задачи медиаобразования воспринимаются как часть образования глобального масштаба. По мнению многих исследователей, в современном медийном обществе медиаобразование - это не альтернатива общему образованию, а его неотъемлемая составляющая, оно способствует межкультурному пониманию и интерактивной коммуникации. Медиаобразования рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств начиная с дошкольных заведений и заканчивая высшими учебными заведениями, в систему дополнительного, неформального и пожизненного образования (the lifelong learning) [159]. В этой связи медиаобразовательная деятельность в образовательных и внеучебных учреждениях может помочь раскрыть для аудитории потенциал, чтобы повысить уровень понимания и рационального использования средств массовой информации учащимися, а также воспитать хорошо информированного и ответственного гражданина-потребителя информации, предоставляемой СМИ.

Таким образом, предъявляемые обществом требования к подготовке человека к полноценной ориентации в возрастающем потоке информации и недостаточная теоретическая и практическая разработанность данного вопроса свидетельствуют об актуальности **проблемы** исследования. Из чего следует, **актуальная и значимая научная проблема** состоит в комплексном анализе сущности медиаобразования и выявлена его роль в реализации задач в современном медийном пространстве.

Аргументирования актуальности и научной важности выбранной темы позволяют сформулировать **цель исследования**.

Основная **цель** данного исследования заключается в том, чтобы выявить современные тенденции и перспективы развития медиаобразования в медийном пространстве Турции и республики Молдова.

Данная **цель** включает в себя, изучить научные источники, посвященные проблемам формирования сущности понятия термина медиаобразование; рассмотреть имеющихся мировые подходы и направления, концепций Европейского медиаобразования; выявить основные положения теории медиаобразования и анализ конкретных теорий критическое мышление; проанализировать полученный результат нового подхода с теоретическим опытом исследователей медиаобразования.

Цель исследования обусловила следующие задачи: Проанализировать причины необходимости медиаобразования, разработать теоретико-методологические подходы к исследованию роли медиаобразования в современном медийном пространстве на основе научно обоснованного категориального аппарата, охарактеризовать в процессе анализа сущности понятия термина «медиаобразование» и выбор определения особенности взаимодействия между медиаобразованием, медиаграмотностью и медиакомпетентностью в научной литературе.

Проанализировать Европейскую политику и проекты в области медиаобразования и особенности процесса становления и развития медиаобразования в европейских практиках на современном этапе. На этом основании проследить перспективы развития медиаобразования в Турции и РМ с учетом европейского опыта.

Теоретико-методологическую базу исследования:

Медиаобразование – сложный и многосторонний процесс. Все источники по теме диссертации разработкам разнообразных направлений и проблем медиаобразования посвящены многие работы авторов. В осмысление его содержания внесли значительный вклад ученые-культурологи, педагоги, социологи, литературоведы и, исследователи истории и теории журналистики.

В нашей работе мы используем труды местных и зарубежных исследователей по проблеме медиаобразования ее развития в медийном пространстве.

Исследования общетеоретического характера медиаобразования, конкретных теорий, выдвигающие и анализирующие концепции, методы медиаобразования и содержащие сведения о восприятии медиатекстов у различных возрастных категорий, о критериях и уровнях развития аудитории, масс-медиа в целом опираются работы Р. Кьюби (R.Kubey)[15], Б. Мак-Махон (B. McMahon)[21], Д.Букингэма (D.Buckingham) [7], Дж. Поттер(J.Potter) [24], А. Колби(A.Colby) [8], Дж. Бэнкс (J. A. Banks) [4], М.Маклюэн (Marshall McLuhan) [75], Эвлин Тоффлер (Alvin Toffler) [212], Л. Мастерман (L.Masterman)[18];[20], К.Тайнер(K.Tyner) [29], Р. Купиайнен (R.Kupianen) & С. Синтонен(S.Sintonen) [71], Дж. Гербнер (G.Gerbner) [9], Д.Ф. Халперн (Diane F. Halpern) [120], Д. Клустер(D. Cluster) [66], Г. Шиллер (H.Schiller) [128], Э. Харта(A.Hart) [11] и др.

Данная проблематика общетеоретического характера медиаобразования, явилась предметом изучения и российских исследователей таких как: А.А. Журин[51], И.М. Дзялошинский[47], И.А. Фатеева[105], А.В.Федоров[114], Н.Б Кириллова [63], И.В Жилавская[50], А.П. Короченский[69], Л.С. Зазнобина[52], Ю. Н. Усов[103], В.С.Тоискин [102], А.А Новикова[88], С.Г.Кара-Мурза[62], Е.Л. Вартанова[41], А. А.Гук[45] и др.

В Турции и Республике Молдовы проведены целый ряд общетеоретического исследований в области медиаобразования. Изучались отдельные стороны их функционирования: роль медиаобразования в формировании гражданского общества; правовое регулирование деятельности СМИ; проблемы их финансирования и взаимодействия со структурами власти и бизнесом.

Исследование основано и на ряд научных работ турецких и молдавских ученых о состоянии и развития масс-медиа в Турции и Республике Молдовы. Со стороны РМ существующих точек зрения о состоянии и развития масс-медиа представлен в работах молдавских исследователей таких как: К.Марина (С. Marin) [17], В.Морару (V.Moraru)[23], Дж.Степановой (G.Stepanov), [25]. Исследования о критериях и уровнях развития аудитории, масс- медиа в Турции опираются работы Б. Кежанлиоглу (B.Kejanlioğlu) [12] и О.Кологлу (O.Koloğlu)[13].

Исходя из этих соображений, подвиг медиаобразовательной деятельности и комплексный анализ в Республике Молдовы осуществлено постоянные усилия ЦНЖ и выявлена их роль в реализации задач социальной политики в соотношении с другими социальными институтами. Изучаемой теме посвящено значительное количество работ авторов Loretta Handrabura[216], Silvia Şpac[26], Natalia Grîu[81], Анетта Гонца[178], Надин Гогу[87] и др.

Думается, что развитию медиаобразованию в Турции не получило достаточно широкое распространение и оно остается официальных учреждений (МЕВ & RTÜK) и их ограниченным пониманием, который рассматривает национального медиаобразования как в качестве средства контроля. Граждане страны имеют ныне возможность неограниченного доступа к информации и базам данных, накопленных мировым сообществом. Несмотря на трудности, связанные с политическим давлением, актуальные проблемы медиаобразования посвящены труды турецкими медиапедагогами З.Авшар (Z.Avşar)[3], Ч.Алагозлу (Ç.Alagözlü)[1], Г. Треске (G.Treske)[28], Н.О Ташкыран (N.Ö Taşkıran)[27], М.Гун & И. Кая (M.Gün & İ. Kaya)[10] и др. в которых представлен основные тенденции развития СМИ и медиапросвещения в турецком обществе и медиаобразовательного движения в Турции.

Между тем изучены политические нормативные документы, их стратификации, как в прошлом, так и в наше время, роли медиаобразования в этих процессах уделили внимание в своих трудах, организации, представляющей модули - стандарты ЮНЕСКО[154] и Резолюция Европарламента по медиаобразованию[147].

Методологическая основа исследования:

В процессе работы над диссертации мы опирались на методологии теоретического анализа, изучения материалов научных и периодических изданий Институт «Открытое общество» Индекс медиаграмотности 2018 года по проблеме «Common Sense Wanted: Resilience to Post-Truth» и ее предикторам в индексе информационной грамотности средств массовой информации (София/Болгария-Marin Lessenki)[140]. Индекс оценивает потенциальную устойчивость к распространению фейковых новостей в 35 европейских странах, используя показатели свободы СМИ (отсутствие частных или независимых СМИ, блокирование Интернет-сайтов, государственный контроль над работой журналистов и свободы передвижения журналистов), образования и доверия между людьми к феномену пост-правды. Согласно исследованию, более высокий уровень образования означает более высокую устойчивость к описанному негативному явлению. В целом, мы можем сказать, что образованные люди имеют больше аналитических навыков и имеют меньшую склонность верить в теории заговора и связанные с ними поддельные новости. Результаты показывают, что демократические страны обладают более высоким потенциалом устойчивости к распространению фальшивых новостей и средствам манипуляции благодаря лучшему образованию, свободным СМИ и высокому доверию между людьми. К примеру, Скандинавские страны лучше всего готовы противостоять фейковым новостям, главным образом из-за их высоких оценок в области образования и свободы СМИ. Этот тезис частично подтверждают результаты опроса.

Предложенных к решению темы исследования и проблем, нашли своё выражение в интеграции методологической базы, методов и техник исследования. В работе использованы следующие **исследовательские методы:**

Теоретические- изучение и анализ медиаобразовательного литературы по проблеме исследования, обобщенные, сравнение и систематизация; в области медиаобразования на основе разработанной автором исследовательской методологии и с учётом международных практик. Теория медиаобразования и концепция медиаобразования, интегрированного в различные дисциплины (Л. Мастерман, Л.С. Зазнобина, А.В. Спичкин, А.В. Федоров и др.);

Исторический метод исследования предусматривает истории масс медиа РМ & Турции и ее последовательном развитии, со всеми присущими ей чертами и особенностями в более крупном историческом и идеологическом масштабе. Определены пути повышения

эффективности деятельности отечественных масс медиа РМ & Турции в области медиаобразования.

Методы обработки данных- представлена информация о методологических особенностях проводимого социологического исследования в современном медийном пространстве, основанная на количественных и качественных методах исследования. Исследование основано на методологии экспертных оценок. Данный метод позволяет взглянуть на рассматриваемую проблему более компетентно и заинтересованно; поскольку данный метод открывает доступ к данным социальным группам, выбирая области исследования, наиболее знакомые респондентам и уточняя неожиданно возникшие проблемы, требующие дальнейшего изучения.

Гипотеза данного исследования располагается следующим образом: Свободная журналистская деятельность, имеющая демократические, гуманистические ориентиры, является объективной союзницей медиаобразования. Познать и эффективно использовать присущий ей медиаобразовательный потенциал выстраивание общественного диалога особенно важно сегодня, когда отдельный гражданин может свободно сформулировать свой запрос власти и активно участвовать в принятии ответственных решений по совершенствованию системы государственного жизнеустройства в эпоху демократизации процессов массовой коммуникации, в которую во все большей степени вовлекаются рядовые граждане.

Научная новизна и оригинальность.

В течение многих лет все больше исследователей разных стран уже давно ставили перед собой задачу определения круга медиаобразование - направление в педагогике, для учащихся разного возраста. Однако, медиаобразование – это активно развивающееся направление тесно связано не только с педагогикой воспитанием, но и в других сферах жизни, которое отвечает требованиям современного демократического общества в течение всей жизни человека.

На сегодняшний день медиаобразовательную деятельность в РМ можно охарактеризовать как находящуюся в стадии становления. Так как, в данном исследовании это считается относительно новой темой развития медиаобразования в медийном пространстве для Турции и РМ.

Объектом данного исследования является опыт медиаобразовательной практики в Турции и РМ. **Предметом** - современные тенденции и перспективы развития медиаобразования в медийном пространстве.

Теоретическая значимость нашей исследовательской работы заключается в том, что в ней непосредственно обосновано, что медиаобразование все чаще рассматривается

инструментом поддержки демократии и оно является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и формирования активной общественной позиции людей, их гражданской и политической культуры в современном медиатизированном обществе. При этом, без свободных СМИ нельзя построить демократию и добиться устойчивого развития медиаобразования. Полученные результаты, сформулированные в диссертации, дополняют и конкретизируют научное знание медиаобразования и других социальных институтов в реализации социальной и образовательной политики.

Практическая ценность исследования: материалы диссертационного исследования предоставляют научно обоснованные рекомендации государственным органам, неправительственным организациям, родителям, медиапедагогам, исследователям, журналистам, учителям, студентам для эффективного повышения медиаграмотности в медийном пространстве. Наша работа даёт необходимую информацию по сферам деятельности журналистики и может быть темой дальнейших научных исследований в области теории и практики медиаобразования.

Апробация и внедрение результатов работы.

Теоретические и практические исследования, результаты которых представлены в диссертации, были опубликованы в пяти научных статьях и были представлены и обсуждены шестерых международных и национальных научных конференций.

Объём и структура работы.

Диссертация состоит из аннотации (на румынском, русском, и английском языках), введения, трёх глав, включает: 1 График, 4 таблицы, общих выводов и рекомендаций, библиографии (218 источников), список сокращений и приложения (2). Объем основного текста диссертации - 150 страниц.

Во **Введении** обосновывается актуальностью и выбор темы исследования, определяются цель, задачи, теоретика - методологическая основа исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость проведённого исследования, приводятся данные о внедрении и апробации результатов исследования.

Глава 1. Теоретические и методологические основы медиаобразования; включает анализ широкого спектра работ, послуживших теоретической основой исследования медиаобразования в контексте формирования критического мышления гражданского общества и реализации ими задач в современном медийном пространстве. Определены основные научные категории и направления исследования. Анализируется вклад западных исследователей в изучение проблемы роли медиаобразования в решении социальных проблем современном медийном пространстве Турции и РМ. § 1.1

Медиаобразование как предмет научных исследований: историографический обзор характеризуется научная ситуация в данной области и выявляется степень изученности проблемы. § 1.2. Медиаобразование как современная область знаний в медийном пространстве исследуется сущность медиаобразования. § 1.3. Теоретические и методологические концепции медиаобразования в мире где рассматриваются анализ авторитетных и востребованных научных трудов по медиакультуре и педагогике в разных странах. Многогранность темы исследования и проблем, предложенных к решению, нашли своё выражение в интеграции методологической базы, методов и техник исследования. Представлена информация о методологических особенностях проводимого социологические исследования в современном медийном пространстве, основанная на количественных и качественных методах исследования.

Глава 2. Процесс развития медиаобразования на западных странах: в подразделе § 2.1. Глобальные процессы возникновения медиаобразования на западе; изучается социокультурно и политические процессы зарождения медиаобразования, вопросы основные тенденции и перспективы развития медиаобразования в Европейских странах в условиях современном медийном пространстве. В подразделе § 2.2. Политики и проекты международных организаций в области медиаобразования даётся характеристика медиаобразовательные политики, успехи, достижения концепций европейского медиаобразования, вместе с тем, анализируется европейские институты, проекты и политики в области медиаобразования. На этом фоне в подразделе § 2.3. рассматриваются практический опыт медиаобразовательной деятельности на примере Финляндии, Великобритании, России.

Глава 3. Медиаобразования в Турции и республике Молдова: прослеживаются основные тенденции развития СМИ по проблеме информированности населения, доверия масс медиа Турции и РМ. Главное внимание уделяется проблеме медиаобразования и медиа просвещения в обществе. Анализируется материалы, накопленный автором, турецкими молдавскими исследователями, а также другие источники по различным направлениям и проблемам перспективы развития медиаобразования Турции и РМ. В подразделе § 3.1. Турецкий государственный опыт медиаобразования как отражение современной национальной медиа системы медиаобразование; где изучается основные тенденции развития СМИ в современном медийном пространстве Турции. Анализируется вклад исследователей в изучение проблемы роли медиаобразования в решении социальных проблем современном медийном пространстве Турции. В подразделе § 3.2. Актуальность развития медиаобразования в республике Молдова рассматривается развитие информационного общества, совершенствование информационно коммуникативной

культуры РМ. Изучаются вопросы основные тенденции и перспективы развития медиаобразования в РМ в условиях современном медийном пространстве. В подразделе **3.3. Перспективы развития медиаобразования в Турции и Молдове с учетом Европейского опыта** анализируется вклад западных стран в изучение проблемы роли медиаобразования в решении социальных проблем современном медийном пространстве Турции и РМ.

Общие выводы и рекомендации содержат соответствующие обобщения по результатам научного исследования, предлагаемые теоретические и практические рекомендации государственным структурам, неправительственным организациям, родителям, педагогам, исследователям, журналистам, учителям, студентам с целью укрепления развития молдавских и турецких медиаобразования для эффективной реализации ими задач в современном медийном пространстве, а также предлагаются возможные направления исследования по данной проблеме.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

1.1 Медиаобразование как предмет научных исследований: историографический обзор

Медиаобразование как концептуальная модель возникла в странах с доминирующей либеральной идеологией [47, с. 46] и опиралось в основном на материале кинематографа и прессы [108]. Российский профессор И.М. Дзялошинский обращает внимание на то, что медиаобразование в этих странах фиксирует беспрецедентное развитие разнообразных СМИ, создающих огромное количество информационного шума; с другой – существенное понижение гражданской активности, выражающееся в неуклонном падении количества людей, принимающих участие в избирательных кампаниях и других формах гражданского поведения. Все это поставило в повестку дня вопрос о поиске новых форм вовлечения граждан в дела общества. В связи с этим возникла теория социальной ответственности СМИ, появилась идея медиаобразования (Media Education) [186, с. 5].

Во второй половине прошлого столетия началась разработка теорий медиаобразования. В настоящее время они основаны, главным образом, на следующих концепциях: эстетическую; протекционистскую; практическую; идеологическую; развития критического мышления; культурологическую; социокультурную и др. Авторы исследуют причины возникновения, изучают историю, теорию, разрабатывают педагогические медиаобразовательные модели.

Впервые суть концепции медиаобразования была сформулирована канадским исследователем М. Маклюэном (Marshall McLuhan) в контексте масс-медиа, а именно ее трансляционной модели, сфокусированной на пассивном потреблении медиа. Он в своей книге «Understanding media: The extensions of man» (Понимание медиа: Внешние расширения человека) писал: «...В то время, когда воплотится «земной шар теперь не более чем деревня» нужно, чтобы люди получили доступ к новой грамотности под названием информационная» [75, с. 29]. По его мнению, средства коммуникации «оглаживают, массируют человека, исподволь, незаметно меняя законы восприятия» [75, с. 31]. Он доказывал, что средства коммуникации как расширения человеческих органов и функций, не только зависят от техники и технологий (в том числе являются ресурсами коммуникаций), но и оказывают определяющее влияние на них, как и на все психологические и социальные процессы.

Позднее американский философ Элвин Тоффлер (Alvin Toffler) разработал концепцию «интеллектуальной революции» как перехода к обществу нового, «постиндустриального»

или «информационного» типа, в котором наблюдается огромное разнообразие субкультур и стилей жизни. Рассматривая развитие общества на постиндустриальном этапе Э. Тоффлер в предисловии к интернет изданию своей книги «Третья волна» (The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow) [212] выделил три волны в истории человечества: первая волна – аграрная, вторая – индустриальная и третья – постиндустриальная. По его мнению, отличительными особенностями постиндустриального общества, являются децентрация производства и населения, резкий рост информационного обмена, превалирование самоуправленческих политических систем, индивидуализация личности при сохранении солидарных отношений между людьми и сообществами. Заметим, что Э. Тоффлер пришел к выводу, что эпоха традиционных, рожденных индустриальной революцией средств массовой информации, обращенных к универсальной по составу аудитории, заканчивается. По его предсказаниям, в постиндустриальном обществе наступает эпоха СМИ, ориентированных на «микроаудитории» в соответствии с разнообразными интересами и потребностями различных аудиторных групп.

Существуют различные точки зрения относительно цели медиаобразования, что отражает различные подходы к медиаобразованию в мире. Начиная с 60-х годов XX века, в научных исследованиях сформировались специфические подходы к медиаобразованию, «призванное помочь школьникам и студентам лучше адаптироваться в мире медиакультуры, освоить язык средств массовой информации, уметь анализировать медиатексты и т.д.» [88, с. 33].

В реальной медиаобразовательной среде различные подходы используются в комплексе, за счет чего достигается максимально возможное обогащение социального опыта аудитории в процессе общения с печатной и электронной прессой [105, с. 17]. Отметим в этой связи, что с самого начала концептуализация медиаобразования проходила в двух направлениях.

Первое, «педагогическое», рассматривало процесс формирования квалифицированной (или, как сейчас говорят – компетентной) аудитории СМИ. Размышляя о показателях медиакомпетентности, приверженцы данного теоретического направления ограничивались исключительно медийной сферой, а умение потреблять и производить медиатексты являлись самоцелью [50, с. 107]. Педагогический подход отражает основную тенденцию в изучении нового направления в научно-образовательной сфере как реакцию на изменение образовательного пространства и формирование нового технико-технологического базиса осуществления учебного процесса и педагогической деятельности в целом [199].

Британский медиапедагог Л. Мастерман (L.Masterman) в своей книге «Media Education in 1990s' Europe (Медиаобразование в Европе 1990-х годах)» [20] исследует медиаобразование в разных странах мира, изучает его историю и анализирует тенденции будущего. Он предлагает читателю исторический подход, учитывающий социально-политические условия страны для развития медиаобразования. Мастерман сделал убедительный анализ процесса медиаобразования в современном мире (анализ «предохранительной» или «защитной» концепции в медиаобразовании, «семиотического» теорий и т.д.). Л. Мастерман оказал значительное влияние на формирование терминологии, теории и методики медиаобразования. Он полагает, что успешное медиаобразование должно быть обусловлено следующими факторами: ясное понимание педагогом целей обучения; продуктивное обсуждение этих целей с учащимися, с учетом их собственных комментариев, приоритетов и энтузиазма; регулярность проверки, анализа, (а если нужно - и пересмотра) целей занятий [117, с. 194]. Л.Мастерман в другой работе «Teaching the Media (Обучение СМИ)» [18] писал, что цель медиаобразования заключается не только в воспитании критического мышления (critical thinking) по отношению к медиатекстам любых видов и жанров, но и критической автономии (critical autonomy).

Анализируя книгу под названием «Literacy in a Digital World. (Грамотность в цифровом мире)», американская исследовательница К.Тайнер (K.Tyner) выделила принципы и подходы медиаграмотности к формированию основной образовательной программы школьников в условиях информационного общества. К.Тайнер определяет медиаобразование как способность иметь доступ, анализировать и осуществлять коммуникацию в широком диапазоне форм. Она убеждена, что «медиаобразование в педагогике может условно быть поделено на две части, подобные чтению (просмотр, слушание) и письму (создание, говорение). В медиаобразовании эти две части называются анализом и практикой, хотя каждая из них содержит предположения о соответствующем содержании, знаниях и умениях» [29, p. 8].

Другой американский исследователь Р. Кьюби (R. Kubey) в своей работе *Obstacles to the Development of Media Education in the United States* (Препятствия на пути развития медиаобразования в США) видит цель педагогическую субстанцию медиаобразования в том, чтобы «дать учащимся понимание того, как и почему медиа отражает общество и людей, развить у них аналитические способности и критическое мышление по отношению к медиа. По его мнению, период глобальной образования характеризуется новыми, повышенными требованиями к каждому современному ученику. В связи с тем, что медиаобразование выступает как компонент общекультурной подготовки обучающихся,

организация педагогического процесса должна быть направлена на образование, развитие, формирование личности при помощи средств массовой информации и коммуникации» [16; 109, с. 6]. Утверждается (см. приложение 2, пункт 24), что медиаобразование представляет особую важность для специализированных школ, если учесть, что медиа могут во многом помочь нетрудоспособным людям преодолеть препятствия на пути к коммуникации.

Финские специалисты в области медиаобразования Р. Купийайнен (R. Kupiainen) и С. Синтонен (S. Sintonen) в своей коллективной работе «Медиаобразование в Финляндии: оценка уровня медиаграмотности учащихся 9 классов» [71] анализируют результаты исследования, проведенного с целью оценки значения и влияния медиаобразования в финских школах, на навыки и грамотность в медиа-сфере. В данной работе авторы ориентируются на школу и, особенно, на результаты школьного медиаобразования. Оно в финских школах обрело междисциплинарную тематическую направленность под названием «Навыки и коммуникация в медиасфере» (НКМ). Данная тема интегрирована во многие школьные предметы, главным образом, в такие как изобразительное искусство, история, социальные науки и родной язык.

Данный подход свойственен и теоретическим разработкам российских ученых. Так, один из сторонников данной трактовки, профессор А.А. Журин объединяет понимание медиаобразования до трех составляющих. Первая из них – педагогическая наука, которая изучает влияние средств массовой информации на детей и подростков и разрабатывает теоретические вопросы подготовки учащихся к встрече с миром СМИ. Вторая – это практическая совместная деятельность учителя и учащихся по подготовке детей и подростков к использованию средств массовой информации и к пониманию роли медиа в культуре и восприятию мира. Третья представляет собой образовательную область, содержанием которой являются знания о роли средств массовой информации в культуре и восприятии мира и умения эффективной работы с медийной информацией. [51]

Другой ученый из России, И. А. Фатеева приводит классификационные схемы медиаобразования педагогического подхода: по видам образовательных учреждений (базовое и дополнительное, компенсаторное); по наличию видовой интеграции (интегрированное и специальное медиаобразование); по предметно-содержательной локализации (предметное, межпредметное, полипредметное медиаобразование); по формам реализации (формальное, внеформальное и неформальное медиаобразование); по уровню организации (дошкольное, среднее, профессиональное и последипломное медиаобразование) [105, с. 36].

Ключевое место в российской научной литературе занимает монография «Медиаобразование: вчера и сегодня» [114], в которой рассмотрены проблемы медиаобразования, медиаграмотности, медиакультуры, медиакомпетентности и развития критического мышления аудитории в контексте общих проблем становления современного информационного общества. Составленная президентом Ассоциации медиапедагогической России А.В. Федоровым, она расширяет педагогическое видение медиаобразования. В ней профессор Федоров отмечает, что медиаобразование тесно связано не только с педагогикой и художественным воспитанием, но и с такими отраслями гуманитарного знания, как искусствоведение (включая киноведение, литературоведение, театроведение), культурология, история (история мировой художественной культуры и искусства), психология (психология искусства, художественного восприятия, творчества) и т.д. По его мнению, отвечая нуждам современной педагогики в развитии личности, медиаобразование расширяет спектр методов и форм проведения занятий с учащимися. Комплексное изучение прессы, кинематографа, телевидения, видео, Интернета, виртуального мира компьютера (синтезирующего черты практически всех традиционных средств массовой коммуникации) помогает исправить, например, такие существенные недостатки традиционного художественного образования как одностороннее, изолированное друг от друга изучение литературы, музыки или живописи, обособленное рассмотрение формы (так называемых «выразительных средств») и содержания при анализе конкретного произведения [112, с. 6].

Педагогическое восприятие медиаобразования прослеживается и в немногочисленных трудах турецких и молдавских ученых. По данным Министерства образования Турции впервые в истории турецкого медиаобразования (2011) задачи развития знаний/понимания социальных, культурных, политических, этических, психологических, экономических смыслов и подтекстов медиатекстов стали преобладающими для 90% исследований по медийной педагогике. В 6% диссертаций возникла и абсолютно новая для Турции медиа педагогическая задача - подготовка людей к жизни в демократическом обществе [1, с. 13]. Так, исследователи Н.О Ташкыран (N.Ö. Taşkıran) в работе «Medya Okuryazarlığına Giriş» (Формы введения медиаобразования) [27], Гюльден Треске (Gülden Treske) в исследовании «Medya Okuryazarlığı Neden Gerekli?» (Почему нужно обучение информационной грамотности? [28] и Чагры Алагозлу (Çağrı Alagözlü) в сравнительном анализе «Türkiye’de ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı» (Медиакомпетентность в Турции и странах Европейского союза) (2014) [1] сосредоточились на изучение процессов социального обучения информационной грамотности в начальных и средних школах Турции, инициированных социально-ориентированными средствами масс-медиа. При этом

авторы делают вывод о том, что медиаобразование расширяет диалог учителя и ученика в новой трехчленной формуле, когда учитель и ученик на равных вступают в интерактивный диалог со СМИ. Для процесса обучения и воспитания — это достаточно весомое изменение, поскольку в школьную практику вводится фактор учета посторонней мысли, присутствующей в информационных средствах. Исследователи привлекаются к глобальным коммуникативным процессам, становятся участниками и творцами единой информационной системы, поскольку средством обучения становится не только учебник, но и газета, радио, телевидение. Авторы утверждают, что средства масс-медиа имеют господствующую силу в обществе, но, к сожалению, учебные программы школ не обеспечивают в необходимой степени обучение навыкам информационной грамотности. Н.О Ташкыран (N.Ö Taşkıran), Г.Треске G.Treske и Чагры Алагозлу (Ç. Alagözlü) подтвердили, что программы обучения информационной грамотности в демократических условиях без сомнения развивают навыки информационной грамотности у учащихся. Эти работы были финансирована и реализована через RTÜK (Высший совет по радио и телевидению Турции).

Немногочисленные молдавские исследования медиаобразования, также, как и турецкие, тяготеют к обучающим и воспитательным аспектам, что свидетельствует о присутствии педагогического вектора развития медиаобразования. Так, в своей докторской диссертации Сильвия Шпак (Silvia Şpac) на тему: «Fundamente pedagogice ale educației pentru mass-media în cadrul colaborării Școală-Familie (treapta învățământului primar)» (Педагогические основы медиаобразования на этапе сотрудничества школы и семьи на уровне начального школьного образования) сделала основной акцент на разработку педагогических основ для воспитания в школе и семье младших школьников с использованием СМИ. По её мнению, «преподавание гуманитарных дисциплин и усвоение гуманитарных знаний имеет свою специфику и непременно предполагает воздействие на эмоциональную сферу обучаемого. В этой связи весьма актуальным представляется использование открываемых медийными средствами возможностей применения большого количества иллюстративного материала, компьютерной графики, видеофайлов, презентаций, анимаций в сочетании со звуковым сопровождением, что обеспечивает подключение к процессу переработки информации механизмов образного восприятия педагогики, использование в процессе обучения осознаваемого и неосознаваемого» [26].

Другая молдавская исследовательница и медиапедагог Лоретта Хандрабура (Loretta Handrabura) в своей работе «Постоянный процесс для хорошо информированного потребителя и создателя СМИ» [216], основываясь на отечественном опыте

медиаобразования, прослеживает его генезис, рассматривает медиаобразование в педагогической системе общеобразовательных школ, а также в связи с журналистикой и журналистским образованием.

Важно отметить, что медиаобразование в Республике Молдове на сегодняшний день находится в стадии становления и отсутствия монографических работ на тему медиаобразования в журналистском ракурсе.

Трактовки медиаобразования, сторонники другого подхода, который И.М. Дзялошинский называет «**гражданским**», полагают, что медиаобразование как часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации способствует поддержке демократии [47, с. 46]. Австралийский ученый Б. Мак-Махон (Barrue McMahon) пишет, что «в эпоху терроризма и войн XXI века медиаобразование молодёжи становится настоятельным требованием демократического общества...» [21, р. 3]. Эту идею разделяет и российский исследователь Е.Д. Павлова, которая утверждает, что медиаобразование в сочетании с демократической, гуманистически ориентированной медиакритикой, способно сыграть существенную роль в постепенном изменении сложившегося у массовой аудитории коммуникационного опыта, основанного на пассивном потреблении медийного содержания [90].

С точки зрения гражданского подхода к медиаобразованию, его «социальный смысл заключается не столько в повышении медиакомпетентности индивида, сколько в формировании установки на медиаактивность» [50, с. 110]. По мнению И. М. Дзялошинского, существования независимых информационных ресурсов и высокой медиаактивности граждан является условием развития гражданских коммуникаций, обеспечивающих становление и развитие гражданского общества [185]. Другой российский исследователь, И.В Жилавская отмечает, что в центре данного медиаобразовательного подхода стоит, как правило, человек, воспринимаемый как объект воздействия, которому следует помочь освоить окружающее его заведомо агрессивное информационное пространство. Этот подход в точности соответствует вертикально интегрированному обществу, системе управления в авторитарных системах и трансляционной, вещательной модели массовой коммуникации [49, с. 10].

Медиаобразование, по ее мнению, в ценностной системе координат представляет собой институт гражданского воспитания, призванный развивать медиаактивность личности. Одним из условий развития идей медиаобразования следует рассматривать трансформацию роли индивида от объекта воздействия - к активному участнику

социальных процессов, выстраивание общественного диалога, развитие институтов гражданского общества, когда отдельный гражданин может сформулировать свой запрос власти и активно участвовать в принятии ответственных решений по совершенствованию системы государственного жизнеустройства [50, с. 80].

Согласно разъяснением британского исследователя Д.Букингэма (D.Buckingham): эпоха «информационного общества» привела к «появлению новой парадигмы медиаобразования». Медиаобразование теперь не является оппозицией по отношению к системе восприятия школьной/студенческой аудитории. Оно не начинается с представлений о том, что медиа обязательно и неизбежно вредны, или что молодые люди - просто пассивные жертвы влияния медиа. Напротив, медиаобразование всё больше ставит в центр личность граждан и начинается с опоры на существующие у него медийные знания и опыт [7, р. 16].

Профессор Дж. Поттер (J.Potter) представляет три компонента гражданского подхода к медиаобразованию. Первый компонент – опыт. Чем больше у нас опыта контактов с медиа и с реальным миром, тем больше наш потенциал для развития более высокого уровня. Второй компонент - активное приложение умений в сфере медиа. Третий компонент - «созревание/готовность к самообразованию» [24, р. 18]. Речь идет о способности личности взаимодействовать с медиатизированной информацией, адекватно воспринимать, критически оценивать, осуществлять поиск, передачу данных, а также о способности противостоять манипулятивному влиянию СМИ. При этом эти компоненты как основная цель медиаобразования является средством познания окружающего мира, инструментом получения знаний, способом самовыражения, реализации творческого потенциала. В этих условиях кардинально меняется концепция массового медиаобразования.

Функция гражданского подхода к медиаобразованию призвана повышать уровень и качество медиапотребления аудитории и развивать ее медиа активность и открыть новые возможности для построения гражданского общества, поскольку наличие или отсутствие медиа активности населения отражает степень развития гражданских институтов [50, с. 121].

Российский ученый А.П. Короченский подчеркивает, что «в наши дни все возрастающее распространение получает более широкое понимание медиаобразования как развернутой долговременной общественно-просветительской деятельности. Его приверженцы понимают под медиаобразованием прежде всего непрерывное развитие в обществе культуры адекватного рационально-критического восприятия содержания

медийных текстов и самостоятельной оценки деятельности средств массовой информации – информационной культуры, основанной на демократических и гуманистических идеалах и ценностях, на уважении принципа культурного многообразия» [69, с. 21].

Другой российский медиапедагог Н.Б Кириллова в своей работе «Медиакультура: теория, история, практика» [63], раскрывает взаимосвязь медиаобразования и медиакультуры. С точки зрения автора, медиа – это не просто совокупность СМИ и массовых коммуникаций, а «властная матрица», представляющая собой «систему культурно-информационных монополий, которая ныне становится главной опорой любого государства» [63, с. 17]. В результате, автор приходит к обоснованному выводу, что медиакультура – это особый тип культуры информационного общества, который представляет собой совокупность книжной и аудиовизуальной культур.

В экономически развитых странах (США, Великобритания, Канада, Финляндия и др.) медиаобразование рассматривается как часть гражданского воспитания. Американский исследователь А. Колби (A.Colby) считает, что целью гражданского воспитания в школе является осознанное принятие каждым учащимся нравственных, социальных и культурных ценностей и форсированность приверженности действовать согласно эти ценностям в рамках своих обязанностей и прав как члена школьной общины и демократического поликультурного общества [8, р. 38]. Канадский исследователь Дж. Бэнкс (Banks J. A.) считает, что в настоящее время цели, поставленные государственными органами управления США и Канады перед школами, сводятся к следующему: воспитание ответственного гражданина, помощь в профессиональном самоопределении, признание ценности собственной личности, уважение личности другого, патриотизм, уважение закона и правительства [4]. Схожую точку зрения разделяет и российская исследовательницы Г.Я. Гревцева [44], которая подчеркивает, что основной целью в работе с учащимися является формирование наиболее важных социальных и духовно-нравственных ценностей, значимых умений и качеств, и готовности активно их проявлять в разных сферах жизни. При этом гражданственность понимается автором как гармоническая совокупность межнациональных и патриотических чувств, правовая и нравственная культура, проявляющаяся в доверии и уважении к государству и к другим гражданам, во внутренней дисциплинированности и чувстве собственного достоинства. Гражданственность – это результат становления гражданского общества, интегрирующий результат гражданского воспитания, обуславливающий особенности культуры общества.

ЮНЕСКО, учитывая различия в подходах и развитии медиаобразования в странах мира, рекомендует, чтобы оно было введено везде, где возможно в пределах национальных учебных планов, так же как в рамках дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека [173].

В современном обществе информация, знания и коммуникация составляют основу развития человеческой деятельности. Сфера массовых коммуникаций постоянно меняется, совершенствуется, и эти трансформации требуют непрерывного обновления знаний людей. Они постоянно находятся под влиянием разнообразных потоков информации, передаваемых по каналам, число которых растет с каждым годом. Разумеется, что масс-медиа представляют особый инструмент социализации людей, особенно юного возраста. К примеру, медиаобразование интегрировано с гуманитарными школьными дисциплинами призвано выполнять уникальную функцию подготовки учащихся к жизни в информационном пространстве. Медиаобразование предполагает обучение законам медиа, передачу знаний, навыков, умений работать с информацией, способности анализировать, интерпретировать медиатексты, а также создавать собственные информационные продукты.

Однако не совсем верно уделять внимание только медиаобразованию для учащихся, следует признать, что в данном процессе в настоящее время нуждаются более разнообразные слои общества – то есть не только школьники или студенты. В идеале медиаобразование должно продолжаться в течение всей жизни, и оно должно быть неотъемлемым правом всех граждан.

В течение многих лет исследователи вели спор о том, при каких условиях медиаобразование может быть наиболее эффективным. Многим странам все еще приходится вести непростую работу по изменению общественного мнения в сторону признания медиаобразования как важного направления взаимодействия населения и масс-медиа, бороться с инертностью властей по включению медиаобразования в приоритетные задачи информационной политики государства [88, с. 44].

В общей сложности, проведенный анализ научной литературы дают нам возможность показать медиаобразование:

1. как направление в педагогике, которое исследуется по оценке обоснованности массовой коммуникации (прессы, телевидение, радио, кино, видео и тому подобное),
2. как составляющую образовательного процесса, направленную на формирование в обществе медиакультуры личности, (в последнее время были попытки совместить оба направления);
3. а также как процесс развития и саморазвития личности на материалах и с помощью средств массовой коммуникации с целью расширения общих, социокультурных и профессионально значимых знаний, коммуникативных и творческих способностей.

В целом, анализ научной литературы по проблемам медиаобразования выявил значительную степень разрозненности исследований в данной области. Далеко не все авторы труд стремились поставить свою работу в контекст предыдущих работ коллег, провести по-настоящему обоснованный сравнительный анализ. Некоторые из исследователей рассматривают медиаобразование как вопрос защиты детей от негативной информации; другие, напротив, видят в нём некоторую подготовку младших и старших школьников к грамотному использованию средств массовой информации в дальнейшей жизни. Хотя картина развития медиаобразования носит далеко не равномерный характер, в последнее время все больше исследователей обращают внимание на морально-демократический аспект медиаобразования.

Исходя из этих соображений, в диссертации мы исходим из понимания, что медиаобразование – это активно развивающееся направление не только в педагогике, но и в других сферах жизни, которое отвечает требованиям современного общества, в том числе она является медийным процессом, тесно подключенным к утверждению, с одной стороны, свободных демократически развитых плюралистических СМИ, а с другой – к критическому восприятию гражданами медиатекстов и свободе волеизъявлениям. Такой подход использован в изучении и оценки медиаобразования в медийном пространстве Турции и Республики Молдова.

1.2 Медиаобразование как современная область знаний в медийном пространстве

Чтобы понять сущность медиаобразования, нужно сначала дать определение его составляющим: «медиа», «образование» и выявить связи между ними. Обратимся к термину «медиа» (мн.ч. от лат. *medium* — промежуточное, посредствующее, посредник) - средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории. Медиа многочисленны и включают в себя средства массовой информации (газеты, журналы, книги, телевидение, кабельные сети, радио, кинематограф), отдельные носители информации и данных (письма, аудио- и видеозаписи на любых носителях, компактдиски), а также коммуникационные системы общества (телеграф, телефон, почта, компьютерные сети) [41, с. 330].

Медиа сегодня - одна из важнейших сфер в жизни людей всей планеты. Мы каждый день сталкиваемся с ними, но используем совсем не продуктивно. Особую значимость в жизни человечества медиа приобрели за последние полвека. Подчеркивая неоднозначное влияние медиа на личность, А.В. Федоров определяет медиа как технические средства, с помощью которых создается, записывается, тиражируется, хранится, распространяется информация, производится ее обмен между автором сообщения (субъектом) и массовой аудиторией (объектом). Он особо отметил, что медиа являются комплексным средством освоения человеком окружающего мира во всем его многообразии, а именно – в социальных, моральных, психологических, художественных, интеллектуальных аспектах [109].

Что касается определения «образование», то его в разные времена понимали и организовывали по-разному. О. А. Александрова трактует его как «целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней» [34, с. 84]. Под этим термином и сейчас подразумевают результат обучения.

Действительно, это не только умение самостоятельно использовать полученные знания, но и духовный облик человека, который формируется посредством моральных ценностей. Чтобы личность можно было назвать образованной, важно не только обучение, но и ее развитие. Успешность процесса передачи и приобретения знаний зависит не только от преподавателя: во-первых, необходима обратная связь (отношение к самому преподавателю). Во-вторых, важно, как передаются знания и созданы ли все условия для обучения. Общеизвестно, что при личной заинтересованности результат будет во много раз

продуктивнее. В-третьих, образовательная траектория должна быть у каждого своя. Здесь и появляется понятие «медиаобразование (Media Education)». Именно оно воплощает в полной мере все эти возможности и включает исследование, анализ, обучение и знание о влиянии средств массовой информации на отдельных людей и на общество в целом [84].

Впервые (1973г.) это понятие было раскрыто в документах ЮНЕСКО: "Под медиаобразованием следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования СМК как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как например, математика, физика или география"[22, p. 8].

В документах Совета Европы (Council of Europe (2000). Recommendation. Media Education) «медиаобразование рассматривается как обучение, направленное на развитие медиакомпетентности, критического и вдумчивого отношения к медиа с целью воспитания гармонически развитых граждан, способных формировать собственное мнение на основе доступной им информации. Медиаобразование позволит им получать доступ к необходимой информации, анализировать её, уметь выявлять экономические, политические, социальные и (или) культурные приоритеты, содержащиеся в них» [88, с. 22].

Российский ученый А.В. Шариков отмечает, что «термин «медиаобразование», возможно, и не самый удачный, является калькой с английского термина «media éducation», первая часть которого есть сокращение выражения «mass media communication», переводимого как «средства массовой коммуникации» (СМК). Этот термин можно сравнить с терминами «экологическое образование» или, скажем, «экономическое образование». Сложность состоит в том, что в русском языке нет прилагательного от аббревиатуры «СМК», а термин «коммуникативное образование» увел бы нас еще дальше от содержания, которое вкладывается в словосочетание «медиаобразование». Ибо речь идет об образовании школьников в области массовой коммуникации, о приобщении их, так сказать, к тайнам и закономерностям этого чрезвычайно важного социального феномена» [127, с. 4].

А.В. Федоров дает несколько иную трактовку: «Медиаобразование (media education) - 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. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета [109, с. 26]. Он же определит содержание медиаобразования: основы искусствоведения в медиасфере (виды и жанры медиа, функции медиа в социуме, язык медиа, история медиакультуры и т.д.), сведения об основных областях применения теоретических знаний (профессиональные средства массовой информации, любительская медиасфера, каналы распространения медиа, кино клубные движения в медиасфере, учреждения досуга, образовательные учреждения и т.д.), практические творческие задания на медиаматериале» [109, с. 26].

Л. Мастерман считает, что медиаобразование это процесс, продолжающийся всю жизнь и базируется на ключевых концепциях (key concepts), которые в большей степени являются аналитическими инструментами, чем альтернативным содержанием [19, р. 29]. Мастерман называет семь причин приоритетности и актуальности медиаобразования в современном мире [18, р. 2].

1. Высокий уровень потребления медиа и насыщенности современных обществ средствами массовой информации.
2. Идеологическая важность медиа и их влияния как отрасли промышленности на сознание аудитории.
3. Быстрый рост количества медиаинформации, усиление механизмов управления ею и ее распространения.
4. Интенсивность проникновения медиа в основные демократические процессы.
5. Повышение значимости визуальной коммуникации и информации во всех областях.
6. Необходимость обучения школьников/студентов с ориентацией на соответствие будущим требованиям.
7. Нарастающие национальные и международные процессы приватизации информации.

К этим причинам И.В. Жилавская вполне правомерно добавила еще «пожелтение» СМИ и снижение общего уровня медийной продукции, которое, как ответную реакцию, вызывает к жизни потребность в образовательных технологиях в области масс-медиа [50, с. 74].

Дж. Гербнер определяет медиаобразование как «формирование широкой новой коалиции организаций и индивидуумов для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания СМК как нового подхода к либеральному образованию на каждом уровне» [9, р. 2].

По мнению турецкого профессора Закира Авшара, медиаобразование есть «процесс развития личности средствами и на материале средств массовой коммуникации. Медиаобразование выступает как средство обучения и воспитания, используемое для

повышения качества учебного процесса и формирования разносторонне развитой личности средствами и на материале средств массовой коммуникации» [3].

В контексте определения медиаобразования директор Центра независимой журналистики Молдовы Надин Гогу отмечала: «Когда мы говорим о медиаобразовании, навыки носят, так сказать, универсальный характер. Медиаграмотный человек обладает развитой способностью к восприятию, анализу, оценке и созданию медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире. Как медиаобразование, так и изучение медиа направлены на достижение целей медиаграмотности (media literacy)» [204].

Профессор Института образования при Лондонском университете Дэвид Букингем (David Buckingham) определяет медиаобразование как процесс обучения и изучения медиа. Данное понимание поддерживается многими учеными. С этим определением можно и нужно согласиться.

За последние десятилетия сложилась определенная система основных терминов, которыми оперируют специалисты в области медиаобразования. Речь идет о таких понятиях как медиаграмотность, информационная грамотность, медиакомпетентность, медиакультура. В научной литературе встречаются также такие термины, как «технологическая грамотность», «компьютерная грамотность», «информационная культура». В специальной научной литературе не существует их однозначного толкования [114, с. 9]. Отдельные ученые разных стран, а также некоторые международные организации (например, ЮНЕСКО, Совет Европы) предлагают свои варианты содержания этих понятий. В силу данного обстоятельства считаем целесообразным дать четкое семантическое разграничение данных ключевых понятий.

Понятия «медиаграмотность» и «информационная грамотность» исходят от термина «грамотность», который использовался в прошлые десятилетия, до появления новых соответствующих явлений [114, с. 11]. В этой части нет разночтений. Вместе с тем сами понятия трактуются по-разному. Профессор Р. Кьюби, к примеру, считает, что «медиаграмотность» (media literacy) – это способность использовать, анализировать, оценивать и передавать сообщения (messages) в различных формах [15, р. 2]. По его мнению, медиаграмотность предполагает умение будущими специалистами самостоятельно создавать медиапродукт. Задание разработать и создать собственный текст, заметку, план выступления, доклад позволит сформировать специалиста грамотного, думающего и анализирующего, ибо, заметим, что переизбыток информационных

технологий и повальное увлечение компьютерами лишает современного подростка возможности приобщения к печатному слову, классической культуре и искусству ведения диалога, грамотного высказывания своих мыслей и т. д. [15, p. 13].

Ряд ученых концентрируют внимание на цели медиаграмотности. Она, по их мнению, прежде всего, состоит в организации определенной логической связи со средствами масс-медиа, основанной на принципе выгоды. Например, медиаграмотный человек знает цели и задачи средств масс-медиа и осознанно применяет их. Такой пользователь знаком с ролью звуков, музыки и других специальных эффектов, обеспечивающих среду и смысловую нагрузку в кино и на телевидении. Он знает, как определенная единица информации, передаваясь через средства телевидения, кино, газеты, журналы, радио, рекламные щиты или мультимедийные игры, может оказывать самое разнообразное влияние [55, с. 29].

Некоторые исследователи медиаобразования склонны к смешиванию понятий «медиаобразования» и «медиаграмотности». По их мнению, граница между медиаобразованием и медиаграмотностью кажется сглаженной, взаимозаменяемой. перечисленные понятия схожи по значению, поскольку определяют развитость и компетентность личности в сфере медиаобразования, рассматриваются как цель медиаобразования, но в то же время не являются абсолютно тождественными, так как изначально имеют различные дефиниции, а следовательно – представляют собой понятийные или идеографические синонимы.

По нашему мнению, медиаобразование – это более широкое и емкое понятие, чем медиаграмотность. Медиаобразование является способностью достигать, анализировать, оценивать и передавать сообщения в различных формах. В этом плане мы разделяем мнение Дэвида Букингема, который расценивает медиаграмотность как результат медиаобразования, т.е. комплекс знаний и навыков, приобретенных учащимися [100, с. 168]. Иными словами, медиаграмотность – это приобретенные во время обучения навыки анализа и оценки медиа.

В силу того, что медиакомпетентность многомерна и многопланова, она требует широкой перспективы, основанной на развитой структуре знания. Увеличивая степень медиакомпетентности можно в течение всей человеческой жизни, путем восприятия, интерпретации и анализа познавательной, эмоциональной, эстетической и этической медиаинформации. Чем больше вы изучаете медиа (с помощью медиа), тем вы более медиаграмотны т.е. медиаграмотность – это способность экспериментирования, интерпретации, анализа и создания медиатекстов.

Немалые разночтения можно обнаружить и в теоретических подходах к медиаобразованию, к выделению его наиболее важных целей, задач, способов внедрения в учебный процесс и т.д. [114, с. 29]. Отталкиваясь от многочисленных формулировок понятия «медиаобразование», которые в той или иной мере уточняют и конкретизируют его, остановимся на том, что имеющиеся на сегодняшний день анализ разных трактовок к определению сущности и целевых установок медиаобразования позволяет выделить два основных элемента его сущности: **медиакультура** и **медийный текст**.

Медиакультура, как один из ключевых элементов медиаобразования, имеет большое количество толкований. П. Козловски (P. Kozlowski) пишет, что в узком смысле медиакультура - «это механизм культурной деятельности, актуально проявляющийся в каждом когнитивном акте, посредством медиальных и символических форм реализующий внутренние образные репрезентации, воспроизводящие на сенсорном уровне объекты внешнего мира, и формирующий те взаимосвязи, в которых единичное становится элементом целостной системы, обретая форму упорядоченности в процессе духовного постижения и толкования бытия, формирующего соединительную ткань социума» [67, с. 13]. По мнению Ю. Н. Усова, медиакультура - это умения художественно-творческой деятельности, восприятия, интерпретации, анализа аудио, визуального, аудиовизуального текста [103, с. 11]. В широком смысле автор рассматривает медиакультура как социальную среду, обеспечивающую посредством механизмов символического обмена взаимодействие между различными подсистемами общества, а также отдельными элементами социальной подсистемы (взаимодействие в политической, экономической, научной системах).

По определению, А. В. Федорова, медиакультура понимается как совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории «медиакультура» может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания в области медиа [117, с. 525].

Роль медиакультуры, как комплексного средства освоения человеком окружающего мира в его социальных, интеллектуальных, нравственных, художественных, психологических аспектах, в обществе растет. Ее интенсивное развитие все более активно влияет на общественное сознание как мощное средство информации, культурных и образовательных контактов, как фактор развития творческих способностей личности [65, с. 44]. Очевидно, что современные информационные возможности предоставляют человеку

условия для индивидуального общения с экраном в интерактивном режиме как с целью реализации своих творческих идей, так и с целью познания нового.

Менее всего медиакультура осмыслена применительно к личности человека как уровень мышления и профессиональной компетенции. В этом плане профессор Дж. Поттер, используя опыт американских исследователей, предложил свой вариант классификации показателей медиакультуры личности. Согласно его мнению характеристика высокого уровня медиакультуры личности включает в себя следующее содержание: 1) широкий комплекс разнообразных мотивов по работе с медиа средствами и медиатекстами; 2) частые контакты с различными видами медиа и медиатекстами; 3) осведомленность об истории развития медиа, знание базовых терминов и основных теорий медиа; 4) способность соотнесения с авторской позицией; 5) умения критически анализировать процесс функционирования медиа и оценивать медиатексты; 6) умения самостоятельно выбирать, создавать и распространять медиатексты; 7) креативный подход в различных видах медиа деятельности [24, p. 214].

В процессе медиаобразования «постижение медиакультуры осуществляется через развитие ментальной, нравственно-этической, мировоззренческой, эстетической и прочих важнейших характеристик личности, шире - ее духовной объективности. Обеспечение новых индивидуальных жизненных горизонтов и перспектив позволяет говорить о человекоформирующей функции медиаобразования, а шире - о совершенствовании образования в целом, углублении и расширении его философии» [43, с. 4].

Касаясь иерархии уровней и результатов медиаобразовательного процесса, хочется еще раз подчеркнуть, что «медиакультура, как высший уровень развития личности в данной сфере, не показывает педагогическим результатом чьих-либо целенаправленных действий» [45, с. 31]. Ее формирование происходит подспудно, по мере накопления собственного практического опыта и непрерывающегося самообразования. В конечном итоге это и дает возможность человеческой индивидуальности выразиться в полной мере. Кроме того, медиакультура выступает как более емкое понятие, включающее в себя компьютерную, библиотечную и цифровую грамотность в качестве составных компонентов. Каждый новый компонент наслаивается на старый не отменяя его, а вбирая в себя предшествующие формы и соединяя их в единое средство, способное сформировать культуру, соответствующую современному развитию общества [63, с. 47]. Между тем, каждое из этих понятий затрагивает ту или иную сторону понятия «медиакультура».

Компьютерная грамотность является уровнем знаний и компьютерных навыков, которые чаще всего относятся к возможностям применения прикладных программ. По мнению М. П. Лапчика, освоение компьютерной грамотностью предполагает: освоение практических навыков обращения с компьютером; знание основ программирования; представление о принципах действия и устройств компьютера и его основных элементов; применение и обозначение роли компьютеров в производстве и других областях деятельности человека [72].

Библиотечная грамотность в эпоху глобальных развертывание информационных технологий предусматривает подготовку нового поколения к мультикультурному информационному миру. В рекомендации ИФЛА/ЮНЕСКО отмечается, что «библиотекари - лучшие кандидаты на роль наставников учащихся и преподавателей в том, что касается нахождения, оценки и использования информации. Они должны перестроить свою работу, чтобы не только оказывать помощь в нахождении и выборе источников информации, но и учить, как ее искать и использовать» [121, с. 26].

Цифровая грамотность предусматривает личностные, технические и интеллектуальные навыки, которые необходимы для того, чтобы жить в цифровом мире. Так как цифровые технологии становятся основными в обществе, то понимание цифровой компетенции расширились с технических аспектов к более широкому пониманию применения цифровых технологий - социальных, этических и экономических [37].

Медиаобразование имеет в своей основе медиатекст. Его количественные и качественные параметры, безусловно, определяет субстанцию, характер и направленность самого медиаобразования. В силу этих обстоятельств рассмотрим медиатекст и некоторые его характеристики - «фейк-ньюс» («Fake news») и «постправда» («post-truth»).

Медийный текст. Российский ученый Г.Я. Солганик определяет медиатекст как принадлежащая массовой информации, характеризующаяся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное проявление авторского), рассчитанная на массовую аудиторию [99, с. 14].

Медиа-текст – это сообщения о важнейших событиях сегодняшнего дня, не только отражая явления окружающей действительности, но и интерпретируя их в свете той или иной идеологии или прагматической цели. Основное предназначение СМИ - в максимально короткий срок передавать как можно большее количество информации, вызывать интерес

у каждого адресата, не имея при этом личного контакта и намереваясь влиять на поведение, вкусы, мнения, отношение к происходящему, идеологию аудитории [70, с. 97]. К основным функциям медийных текстов можно отнести информативную и воздействующую (регулятивно-манипулятивную) [70, с. 98]. Информация об актуальных событиях, представленная в прессе, безусловно, способна повлиять на читателей и создать общественный резонанс.

Специфика современного медиатекста является то, что он интегрирует в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные). Например, даже в традиционных газетных публикациях сегодня используются и фотографии, и таблицы, и графическое, и шрифтовое оформление. Об этом в своём исследовании пишет и Г.Я. Засурский: «Сегодня медиатекст в каком-то смысле больше, чем текст. Это и графика, которую используют для того, чтобы сделать текст более разносторонним и более точным, это и звуковое его воплощение, и связанность его с объектом рассмотрения, о котором идет речь. Медиатекст приобретает известные универсальные черты. Особенность медиатекста в том, что он может быть включен в разные медийные структуры» [99, с. 5].

Действительно, каждое средство массовой информации характеризуется особым набором медийных признаков, которые оказывают существенное влияние на лингвоформатные свойства текста. Так, печатные СМИ (газеты и журналы) предполагают графическое (шрифтовое) оформление и иллюстрации, сопровождающие вербальный текст. Радиотекст включает аудиальный компонент – голосовые характеристики и звуковое сопровождение, телетекст усиливает вербальную и аудиальную составляющую видеорядом. Интернет создает потенциальную возможность многоканальной передачи информации и подвижность границ текста [76, с. 87].

На данный момент отсутствует общепринятая классификация медиатекстов. Тем не менее, можно классифицировать их исходя из классической модели коммуникации, предложенной американским политологом Г. Лассуэллом [106]: кто (автор) - что сообщает (текст) - по какому каналу (канал распространения) - кому (адресат) - с каким эффектом. Формула Лассуэлла (Lasswell Formula) приобрела значение ведущей парадигмы теоретического осмысления инициируемых СМИ процессов массовой коммуникации, однако в то время ученый не ставил вопрос о том, как структуры сознания индивида фиксируют воздействие этих процессов и что позволяет воспроизводить процесс коммуникации в широком социальном контексте.

Это формула несомненно, имеет тенденцию преувеличивать результативность воздействия передаваемых сообщений, особенно когда речь идет о средствах массовой коммуникации. Действительно, средства массовой информации характеризуются рядом признаков, которые и оказывают влияние на свойства текста. Рассмотрение комплекса сходных с точки зрения референции медиатекстов, объединенных одной темой, позволяет нам говорить о медиа-сверх текста, которому присуща определенная тематическая доминанта, или принадлежность к одной из часто освещаемых темой СМИ – фальшивые (поддельные, «фейковые», ложные) новости и «постправда».

По мнению немецкого социолога Никласа Лухмана (Niklas Luhmann), реальность сегодня конструируется именно средствами массовой информации, и почти все, что мы знаем о мире, мы получаем из средств массовой информации. Таким образом, СМИ выступают и как инструмент власти, и как орудие осуществления информационного диктата, и как способ когнитивной обработки социума и индивида с целью формирования особой картины мира [98, с. 6]. Распространение цифровых технологий привело к уменьшению барьеров доступа к информации внутри стран и размытию информационных границ между странами. Эволюция методов и источников передачи и приема информации привела к появлению таких явлений, как «фейк-ньюс» («Fake news») и «постправда («post-truth¹»)), [213] которые являются своего рода итогом современных возможностей медиа и значительных изменений в восприятии информации личностью.

Доцент, факультета государственного управления, МГУ имени М.В. Ломоносова, С. В. Богданов понимает под фейком в медиа все сфальсифицированные события, сгенерированные таким образом, чтобы быть похожими на правду и привлечь максимальное внимание аудитории [42, с. 231]. Он утверждает, что в современном дискурсе фейковые новости трудно отличить от реальности, а также стремление их авторов к максимизации медийного эффекта, дает основание экспертам говорить о мире «постправды» («post-truth») — информационной среде, в которой решающее влияние на формирование общественного мнения имеет воздействие на эмоции, личные убеждения, ценности, а не представление аудитории объективных фактов.

¹ Согласно Оксфордскому словарю (2016) «post-truth»(постправда) означает «обстоятельство, в которых объективные факты мнение влияют на формирование на общественного мнения, чем эмоции или личные убеждения». Термин говорит о ситуации, когда мы знаем правду, но это не так. [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=post-truth>

По мнению экспертов ЮНЕСКО, [187] кризис, разгоревшийся вокруг так называемых «фальшивок», или «fake news», которые представляют собой смесь из сплетен, пропаганды и конспирационных теорий, явление новое. Оно более опасно, чем издавна существующая ложная информация, которую легче изобличить. «Фальшивки» произрастают из дезинформации, однако новизна данного феномена заключается в его беспрецедентном стремлении навредить, поскольку возможности информатики делают его безграничным и трансмедийным, а, следовательно, вириальным. К тому же эти действия происходят на платформах, контролируемых главными мировыми Интернет-гигантами GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft). Все это обуславливает медиаобразование прежде всего.

Эпоха постправды и фейка, их использование в гибридной войне, приходит вместе с социальными медиа, когда резко возросли объемы информации, получаемой каждым конкретным человеком. И дело даже не столько в объемах, а в принципиальной смене парадигмы порождения и получения информации. В разных «руках» инструмент-фейк будет по-разному работать. В социальной сети YouTube та информация одна, в Facebook – другая, на официальной странице компании – третья. Через эти множественные воплощения, где человек вновь и вновь обретает индивидуальный образ и голос, и происходит его самоактуализация.

Сегодня фейк и постправда пошли в народ, по сути, создавая новый тип пропаганды. Канадский ученый Амарнатх Амаразингам (Amarnath Amarasingam) утверждает, что в случае распространения фейков как минимум на это есть две причины: [2, p. 23]

- Финансовая – люди делают на этом деньги с помощью рекламы.
- Политическое влияние — выборы. (пропаганда для формирования политически выгодного восприятия действительности и воздействия на общественное мнение).

В разных «руках» инструмент-фейк будет по-разному работать. Распространение фейков наиболее интенсивно в периоды выборов и референдумов, особенно активно в период президентских выборов, примером чего были как выборы Трампа, так и выборы Макрона. Люди в этот период активно ищут информацию, и фейки восполняют ее нехватку, например, македонская молодежь, распространявшая фейки через Фейсбук в период американских выборов и зарабатывавшая на этом деньги, запускала статьи в Фейсбуке под новыми, более привлекающими внимание заголовками, получая в результате деньги от рекламы на сайте [182].

Немецкий исследователь Г. Шиллер отмечает что, в сообщениях из-за рубежа и о событиях внутри страны или даже в местных новостях практически нет никакого разнообразия мнений. Это обуславливается идентичностью материальных и идеологических интересов, присущих собственникам (т.е. тем, кому принадлежат СМИ), а также монополистическим характером информационной индустрии в целом. Информационные монополии... предлагают лишь одну версию действительности - свою собственную" [128, с.37]. Здесь Шиллер ведет речь о "псевдо-выборе", который субъективно воспринимается большинством американцев как "свободный выбор". Выбор и разнообразие, пишет Шиллер, - понятия хотя и разные, но все же неотделимые друг от друга. Выбор в действительности невозможен без разнообразия. Если на деле предметов выбора не существует, то и выбор либо бессмысленен, либо носит манипулятивный характер. Выбор также носит манипулятивный характер, когда создается иллюзия того, что он имеет смысл. Большинство американцев попадают в лишенную всякого выбора информационную ловушку.

В этих условиях одной из характерных тенденций, порожденных глобализацией и информационно-коммуникационной революцией, внимание ряд исследователей все чаще привлекает феномен гибридной войны как скрытого конфликта, обладающего сложной внутренней структурой и протекающего в виде интегрированного военно-политического, финансово-экономического, информационного и культурно-мировоззренческого противостояния, не имеющего определенного статуса.

По мнению российского профессора Г. Г. Почепцова [182], гибридные войны приходят одновременно с гибридными коммуникациями, поскольку базируются на них. Под гибридными коммуникациями он понимает коммуникации, где не ставится задача удержания достоверности в процессах передачи смыслов. Сущность гибридной войны, как и всякой другой войны, состоит в перераспределении ролей субъектов политического процесса на глобальном или региональном уровне. Однако осуществляется оно преимущественно невоенными средствами, без оккупации поверженной страны, разрушения ее инфраструктуры и массовой гибели населения.

Суммируя размышления разных авторов и исследований, мы можем сделать частный вывод, что понятия «фейк-ньюз», «постправды» и «гибридные войны» рассматриваются как медийный «инструмент», которые могут использоваться в разных целях: воздействие ради редакционной выгоды (например, коммерческий успех и обеспечение конкурентоспособности) или попытка переосмысления и очищения профессиональной

медиасреды (например, высмеивание недостатков). Большинство исследователей считают, что фейковые новости являются разновидностью новостного медиатекста, вводящего в заблуждение, имитирующего объективное информирование о событии, явлении, персоне и характеризующегося доминирующей функцией манипуляторного воздействия.

Исследователи исходят из того, что манипуляторное воздействие одной из важнейших функций современных средств массовой информации. Манипуляция также могут происходить только в развитом обществе, в котором человеку сложно приспособиться к социальным реалиям, ему необходимо «включиться» в общественную жизнь, подчиниться ее правилам. Осуществление этих процессов невозможно без манипулирования.

При этом, манипуляция – это разновидность скрытого речевого воздействия, направленного на достижение собственных целей субъекта воздействия, которые не совпадают с намерениями или противоречат желаниям и интересам объекта воздействия, при этом осуществляется неосознаваемый со стороны объекта контроль над его сознанием с помощью искаженной, необъективной подачи информации, зафиксированной в тексте [62, с. 39]. Рассмотрение манипуляции как специфического вида психологического воздействия предполагает выделение двух сторон данного коммуникативного процесса [62, с. 67]: Одна из сторон выступает как иницирующая и осуществляющая манипуляцию, как субъект воздействия - это манипулятор. Вторую сторону, на которую направлено манипуляторные воздействия и которая выступает в качестве объекта манипуляции, обозначают как манипулируемого. В процесс манипуляторного воздействия может вовлекаться третий участник, посредник, транслирующий обработанную манипулятором информацию. Человек является существом социальным. Это значит, что на поведение любого индивида всегда оказывают влияние другие люди. В обществе отмечены случаи зависимости человека от СМИ, которые имеют огромное влияние на социум, способны воздействовать на людей и манипулировать ими.

По мнению Американского профессора Э. Шостром «манипуляция как форма скрытого воздействия на сознание связана с отсутствием свободного волеизъявления индивида и способности принятия им собственных решений. Основной чертой феномена манипуляции является его скрытый характер» [130, с. 16].

Соответствующей основой для манипулирования являются биологические и психологические особенности человека. Российский ученый С. Кара-Мурза считает, что сама структура современного общества способствует активизации манипуляторных процессов. По мнению ученого, постиндустриальное общество необходимо

интерпретировать как замкнутую систему, в которой стационарное равновесие определяет ее нормальное состояние. Для поддержания этой системы необходимо действие всех ее элементов. Далее ученый отмечает, что биологическое развитие человека во многом отстает от общественного и технического. Это дает основание полагать, что биологического начала недостаточно для того, чтобы человек приспособился к результатам технического прогресса. Выходом из данной ситуации является необходимость манипулирования человеком, то есть воздействия на него с целью лучшей адаптации к современным условиям [62, с. 164].

Усилия ученых сосредоточены не только на описании содержания манипуляций, но и на поиске причин, которые вынуждают человека манипулировать. Суть манипуляции заключается в том, что манипулятор, преследуя свои цели, скрыто, неявно стремится возбудить у адресата (человека, которым манипулирует) намерения, не совпадающие с существующими у него актуальными желаниями [62, с. 166]. Конечная цель манипулятора состоит в следующем: получить односторонний выигрыш; сформировать специфическое отношение к объекту как к средству для достижения собственных целей; ввести адресата в заблуждение относительно характера подаваемой ему информации. В результате сформированное отношение объекта манипуляции к действительности дает возможность управлять массовым сознанием в нужном для манипулятора ключе [62, с. 169].

Резюмируя вышесказанное, можно отметить следующее: «фейк-ньюз», «постправды», «гибридные войны» и «манипулирование сознанием» является одной из актуальных проблем в социальной среде. Все эти понятия имеют самое непосредственное отношение к выживанию человека. С одной стороны, применение манипуляции обусловлено внешней средой обитания человека, с другой - внутренними причинами. Будет человек манипулировать или нет, зависит от всего комплекса внешних и внутренних причин. Вследствие этого, все более актуальными становятся проблемы формирования культуры общения с медиа, защиты человеческого сознания от манипулирования со стороны средств массовой информации, развитие умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, критического мышления, воспитания медиаграмотности. Возможно решение указанных проблем способно обеспечить медиаобразование.

1.3. Теоретические и методологические концепции медиаобразования в мире

Медиаобразовательная деятельность подразумевает опору на определенную теоретическую основу [114, с. 11]. Анализ научных трудов в разных странах приводит к мысли, что в мире нет единой теоретической концепции медиаобразования [117, с. 51]. Этот вывод сделали российские эксперты А. Федоров и А. Новикова [107], которые выдели ряд ключевых теорий медиаобразования.

1. «Инъекционная» («защитная», «протекционистская», «прививочная») теория медиаобразования. Данную теорию часто называют также «теорией гражданской защиты» (то есть опять-таки защиты от медиа) или теорией «культурных ценностей» (имеется в виду, что негативному воздействию медиа противопоставляются «вечные ценности классического культурного наследия» [107, с. 52] (к примеру, искусство античности или ренессанса). Теория основана на следующем постулате: медиа оказывает сильное в основном негативное воздействие на аудиторию, которая состоит из массы пассивных потребителей, не понимающих сути медиатекста. Сторонники данной теории полагают, что главная цель медиаобразования состоит в том, чтобы смягчить негативные последствия медиапродукции. Исследователи помогают индивиду понять разницу между реальностью и медиатекстом с помощью конкретных примеров негативного влияния медиа. Данная теория в большей мере распространена в США. В рамках «защитной» теории, Р. Кьюби, например, считает, что медиа рассматривается как «культурная деградация (cultural degradation)» [16, р. 67], которая зачастую является каналом передачи ложных культурных ценностей. «Инъекционная» теория медиаобразования, на наш взгляд, концентрирует внимание на отрицательном влиянии медиа, а также на проблемах негативного влияния насилия и сексизма, рассматривая медиа как «агента культурной деградации» на примерах комиксов, рекламы, «желтой» прессы. Такой подход неприемлем, поскольку масс-медиа характеризуется как положительным, так и отрицательным зарядом. Это замечание относится в полной мере и к следующей теории медиаобразования.
2. Противоположную позицию в концептуализации медиаобразования занимает теория медиа как источник «удовлетворения потребностей» аудитории. Она рассматривает положительный, полезный эффект медиа. Теоретической базой является адаптивная теория «потребления и удовлетворения» в области медиа. Влияние медиа на аудиторию ограничено, индивиды могут самостоятельно выбрать и оценить медиатекст в соответствии со своими потребностями. Приверженцы данной теории считают, что есть много хороших и полезных СМИ, которые поддерживают и развивают традиционные ценности. Существует бесчисленное количество книг,

фильмов, песен и других материалов, несущих послания надежды и счастья, любви и доброты, радости и прощения. Следовательно, приоритетная цель медиаобразования видится в том, чтобы помочь аудитории извлекать из медиа максимум пользы в соответствии со своими желаниями и склонностями [107, с.65].

3. «Практическая» теория медиаобразования. Ее основой стала адаптированная теория «потребления и удовлетворения» в области медиа, т.е. удовлетворение интереса в сфере медиатехники (научить кино/видео съемке, озвучиванию и т.д.). Данная теория известна также под названием «медиаобразование как «таблица умножения» (имеется в виду, что практические умения работы с медиааппаратурой молодежи надо знать также хорошо, как таблицу умножения) [107, с. 66]. «Практическая» теория медиаобразования напрямую связана с техническим творчеством. В рамках этого подхода считается, что влияние медиа на аудиторию ограничено, а главной целью медиаобразования является обучение школьников/студентов и/или учителей использовать медиа аппаратуру с подробным изучением ее технического устройства, а также формированием практических умений использования аппаратуры. А.В.Федоров полагает, что теорию «практического» медиаобразования можно считать разновидностью теории медиаобразования как источника «удовлетворения потребностей аудитории» с той лишь разницей, что удовлетворяются не сюжетные, жанровые и стилистические предпочтения аудитории в области медиа, а потребности технические и практические [116, с. 41].
4. Теория «развития критического мышления». Данная теория исходит из концепции «повестки дня», где медиа рассматривается как средство распространения моделей поведения и социальных ценностей среди населения. Ведущая цель медиаобразования – защитить аудиторию от манипуляторного воздействия медиа, научить ориентироваться в информационном потоке современного демократического общества [107, с. 57].
5. «Идеологическая» теория медиаобразования. Эта теория появилась в истории медиаобразования очень давно и получила широкое распространение в советском периоде. Теоретической базой является марксистская теория медиа: медиа способны манипулировать общественным мнением в интересах какого-либо социального класса. В современном медиаобразовании данная теория трансформировалась: вместо классовых приоритетов на первое место выходят национально-региональные и социально-политические подходы к медиаинформации [107, с. 62-63]. Идеологическая теория медиаобразования основана на выявлении того, чьим интересам отвечает какая-либо медиаинформация, и на какие группы населения она рассчитана [86, с. 25].

6. Семиотическая теория медиаобразования. Сторонники данной теории утверждают, что медиа часто стремятся завуалировать многозначный знаковый характер своих текстов, а это угрожает свободе потребления информации. Многозначный знаковый характер медиатекстов не воспринимается аудиторией полноценно (особенно детской). Аудитория, в первую очередь детская, слишком пассивна по отношению к «чтению» медиатекстов, поэтому цель медиаобразования в том, чтобы помочь учащимся «правильно читать» [107, с. 75]. Семиотическая теория медиаобразования перекликается с теорией «формирования критического мышления» своими подходами к анализу медиатекстов, манипуляторных возможностях медиа [86, с. 25].
7. Культурологическая теория медиаобразования. Теоретической основой выступает культурологическая теория медиа – медиа предлагает интерпретацию медиатекстов. Аудитория не просто «считывает», а вкладывает различные смыслы в воспринимаемую медиаинформацию. Следовательно, главной целью медиаобразования выступает помощь в понимании того, как медиа могут обогатить восприятие, знания аудитории [107, с. 68].
8. К данной концепции можно отнести и эстетическую (художественную) теорию медиаобразования. Последняя также вытекает из культурологической теории медиа. Главная цель медиаобразования в этом случае заключается в помощи, которую нужно оказать тем потребителям медиа в понимании основных законов и языка художественного аспекта медиаинформации, развитии эстетического восприятия и вкуса, способности к анализу художественных медиатекстов [107, с. 73].
9. Экологическая теория медиаобразования. Согласно данной теории необходимо развивать экологию медийного восприятия как составной части медиаграмотности человека, предполагающей терапевтическую умеренность в просмотрах, контроль и ограничения, критический анализ медиатекстов, использование экологической стратегии противодействия насилию и изображению патологий с экрана, виртуальному взаимодействию через компьютер, и, самое главное, сохранению духовно-эстетической ориентации в рамках собственной зрительской концепции [107, с. 64].
10. Социокультурная теория основана на культурологической и социологической теории медиа. Основными приоритетами данного подхода являются: осмысление социальной роли медиа, необходимость обучения языку медиа широких слоев общества, профессиональная подготовка и расширение возможностей медиа педагогической деятельности в различных сферах социума. [107, с. 76].

11. Теологическая теория медиаобразования предусматривает, что медиа способны формировать определенные духовные, этические/моральные ценностные принципы. Из этого вытекает главная цель теологического медиаобразования: приобщить аудиторию к той или иной модели поведения, к ценностным ориентациям, отвечающим тем или иным религиозным догматам. Понятно, что ценностные ориентации в этом случае зависят от конкретного религиозного контекста, с существенными отличиями для христианской, мусульманской, буддистской или иной веры. Как отмечает А.В. Федоров, это теория вполне может быть синтезирована не только с этической, но и с идеологической, эстетической, экологической, предохранительной теориями медиаобразования и теорией развития критического мышления [107, с. 101].

Анализируя вышеуказанные концепции считаем наиболее приемлемой теорию «развития критического мышления». Она в полной мере отвечает основополагающим целям и задачам медиаобразования: масс-медиа как социальный институт в целом, любой медиатекст, адресованный потребителю информации, должны быть подвержены критическому анализу и оценки человеком прежде чем стать фактором, детерминирующий его восприятия мира или событий и его социальное поведение. Заметим также, что данная теория имеет ряд характеристик свойственные другим концепциям. Так, теория «развития критического мышления» также, как и идеологическая теория медиаобразования, основана на выявлении того, чьим интересам отвечает какая-либо медиаинформация, и на какие группы населения она рассчитана. Она перекликается с семиотической теорией медиаобразования своими подходами к анализу медиатекстов, манипуляторных возможностях медиа. Сходство с культурологической теорией медиаобразования заключается в задачах педагогов научить учащихся оценке и критическому анализу медиатекстов. Именно в силу изложенных причин данная трактовка стала основой настоящего диссертационного исследования.

При реализации этих теорий исследователи выделяют различные способы медиаобразовательной деятельности:

- дескриптивный (пересказ содержания с перечислением действующих лиц и событий);
- личностный (описание эмоций, отношений, воспоминаний, связанных с медиатекстом);
- аналитический (анализ языка, структуры медиатекста, различных точек зрения);
- классификационный (место произведения в историческом контексте);
- объяснительный (формирование суждений о медиатексте);

- оценочный (на основе определенных критериев формулировать заключения о достоинствах медиатекста) [107, с. 79].

Автор данной диссертации привержен аналитическому способу медиаобразовательной деятельности, который в наибольшей степени формирует критическое мышление целевых аудиторий в информационном потоке современного демократического общества. Человек, не обладающий знаниями о манипуляторных возможностях медиа, не владеющий навыками полноценного понимания и анализа получаемой информации, не сможет противостоять воздействиям медиа. Наш выбор определяется тем, что критическое мышление – одно из важнейших качеств личности, некомпенсируемое сочетанием других качеств и во многом определяющее уровень социального и профессионального развития человека.

Критическое мышление рассматривается как научный подход к решению проблем для широкого круга людей. Необходимость развития критического мышления было определено в качестве основных образовательных целей во многих европейских странах и в США в начале 90-х годов XX века [86, с. 57]. Украинский ученый Сергей Терно считает, что «научное мышление обычно связывают с наукой как сферой исследовательской деятельности, направленной на производство новых знаний о природе, обществе и мышлении. В то время как критическое мышление считается практическим применением научного подхода к решению житейских, профессиональных и личных проблем» [101].

Можно утверждать, что для западных стран концепция критического мышления стала инструментом усовершенствования традиционного практического мышления своих граждан, начавшего давать сбои в условиях стремительных изменений XX века. К числу представителей этой теории относятся Д. Халперн (Diane F. Halpern), Р.Х.Джонсон (R.H.Johnson), Д. Клустер (D/Cluster), Л. Мастерман (L.Masterman), Л.М. Симезли (L.M.Semali), М. Липман (M.Lipman), Д. Букингэм (D.Bukingem), Р.Кьюби (R.Kubey), Э.Харт (E.Hart), Дж. Поттер (G.Potter), А.В. Федоров и др.

Критическое мышление (англ. critical thinking) определяется Американской философской ассоциацией (АРА) как: «целестремленное, саморегулирующееся суждение, которое завершается интерпретацией, анализом, оценкой и интерактивностью, так же как объяснением очевидных, концептуальных, методологических или контекстных соображений, на которых основано это суждение» [107, с. 56].

В современных научных источниках существует ряд трактовок понятия критическое мышление. Так, канадский профессор Р.Х.Джонсон определяет критическое мышление как «особый вид умственной деятельности, позволяющий человеку вынести здравое суждение о предложенной ему точке зрения или модели поведения» [86, с. 15]. По мнению Д.Ф.

Халперна «критическое мышление - это использование когнитивных техник или стратегий, которые увеличивают вероятность получения желаемого конечного результата» [120, с. 5]. Данное определение характеризует мышление как нечто отличающееся контролируемостью, обоснованностью и целенаправленностью, к которому прибегают при решении задач, формулировании выводов, вероятностной оценке и принятии решений. «При этом думающий использует навыки, которые обоснованы и эффективны для конкретной ситуации и типа решаемой задачи» [120, с. 7]. Д.Халперн выделяет также целый ряд качеств, которые характеризуют критически мыслящего индивида. К этим качествам относятся следующие: 1) готовность к планированию; 2) гибкость; 3) настойчивость; 4) готовность исправлять свои ошибки; 5) осознание и анализ собственных рассуждений; 6) поиск компромиссных решений [120, с. 56].

Критическое мышление включает в себя оценку самого мыслительного процесса - хода рассуждений, которые привели к определенным выводам, или тем факторам, которые учитывались при принятии решения. Критическое мышление иногда называют еще и направленным мышлением, поскольку оно нацелено на получение желаемого результата. Это тщательно обдуманное, взвешенное решение в отношении какого-либо суждения: должен ли человек принять, отвергнуть или отложить его, и степень уверенности, с которой он это делает. В качестве ядра, центра аргументации находится утверждение – тезис, основное положение или идея, которое подкрепляется при осмыслении рядом доводов, подкрепляемых доказательствами. Наконец, «под всеми названными элементами аргументации – утверждением, доводами и доказательствами, лежит элемент четвертый – основание. Основание – это некая общая посылка, точка отсчета, которая ... дает обоснование всей аргументации» [120, с. 13].

Наиболее точно и современно раскрыл понятие «критическое мышление» американский профессор Д. Клустер, сведя его к пяти характеристикам [66]:

1. Критическое мышление – это мышление самостоятельное. Мышление может быть критическим только тогда, когда оно носит индивидуальный характер. Люди должны иметь достаточно свободы, чтобы думать собственной головой и решать сложные проблемы.
2. Информация является отправным, но отнюдь не конечным пунктом критического мышления. Знание создает мотивировку, без которой человек не может мыслить критически.
3. Критическое мышление начинается с постановки вопросов и уяснения проблем, которые нужно решить.
4. Критическое мышление стремится к убедительной аргументации. Критически мыслящий человек находит собственное решение проблемы и подкрепляет это решение разумными,

обоснованными доводами. Он также сознает, что возможны иные решения той же проблемы, и старается доказать, что выбранное им решение логичнее и рациональнее прочих.

5. Критическое мышление есть мышление социальное. Всякая мысль проверяется и оттачивается, когда ею делится с другими. Когда мы спорим, читаем, обсуждаем, возражаем и обмениваемся мнениями с другими людьми, мы уточняем и углубляем свою собственную позицию.

Российский ученый М. И. Махмутов считает, что критическое мышление включает способности человека, помогающие ему: «а) видеть несоответствие высказывания (мысли) или поведения другого человека общепринятому мнению или нормам поведения или собственному представлению о них; б) сознавать истинность или ложность теории, положения, алогичность высказывания и реагировать на них; в) уметь определять ложное, неверное от правильного, верного; г) анализировать, доказывать или опровергать, оценивать предмет, задачу, показывать образец высказывания, поведения и т.д.» [78, с. 91].

Д. Халперн пишет: «Наша память – это не точная «копия» произошедших событий. На то, что мы запомним, влияют предварительные знания, то, что мы узнали впоследствии, стереотипы и содержательность материала. Память даёт вам совокупность материалов, необходимых для работы над собой, позволяет оперировать доступной информацией, перенося известные данные и сравнивая их со своим опытом. Так вы можете избежать распространённых ошибок и не попасться на крючок того, что может казаться правдивым в силу своей общепринятости» [120, с. 17].

Возможно перечислить пять приёмов для развития критического мышления у индивида: [120, с. 51-69]

1. Дедуктивное мышление – «вывод валидных заключений на основе посылок, т.е. суждений, которые мы считаем истинными»: два требования, которые каждый человек, стремящийся к развитию критического мышления, должен себе предъявлять: проверка следствия заключения из посылок и аргументированность суждений. Для того же чтобы наше мышление было аргументированным, следует придерживаться следующих правил: 1) посылки должны быть непротиворечивы; 2) посылки достаточно связаны с заключением и подтверждают его; 3) в рассуждении учтены недостающие компоненты аргументации (противоположные мнения, контраргументы).

2. Сомневайтесь: формируя представление о мире, мы собираем факты и ведём наблюдения, что позволяет получать актуальные знания. Но, когда дело доходит до таких менее очевидных истин, как например, то, что горячей водой можно обжечься, многие забывают о критическом подходе. Отсюда слепая вера телевизионным новостям и сплетням, подмена

фактов в процессе рассуждения, поиск примеров под выводы, а не выводы, основанные на примерах. В таких ловушках оказывался каждый человек. Поэтому, подвергайте здоровому сомнению любую входящую информацию, с какого бы надёжного источника вы её не получили.

3.Проверяйте факты: по сути, описанное выше сомнение является не чем иным, как простейшим требованием проверять факты. Для того чтобы это сделать, вы можете пользоваться алгоритмом, предложенным Д. Халперн:

-избегайте выборочной аргументации. Нельзя получить истинное знание, отбирая только те факты, которые подтверждают ваши догадки. Причинно-следственная связь должна быть установлена полностью.

-используйте весь арсенал доступных инструментов. Если это необходимо – проведите формальную проверку фактов, обратившись напрямую к источнику, так как имеющиеся у вас данные могут быть лишь чьей-то интерпретацией. Принимать её как истинную – неправильно.

-точность – последний критерий, который нужно предъявить к полученным выводам. Удалось ли уменьшить неопределённость? Качественным ли получился вывод или по-прежнему остаются слабые места? Без ответа на эти вопросы построить валидное умозаключение невозможно.

4.Принимайте решения взвешенно:

Сформулируйте задачу разными способами. Это позволит взглянуть на проблему под разными углами, тем самым исключив влияние эвристики доступности на характер принимаемых вами решений.

Составьте список возможных вариантов решений и постепенно отберите то, которое будет максимально подходить, учитывая все за и против.

5.Структурируйте задачи: процесс решения задачи должен проходить 4 стадии: подготовка и ознакомление, выработка решения, принятие решения, оценка его эффективности. Такая простая последовательность приучит ваш ум к структурированности и позволит мыслить эффективнее.

Мы используем уже имеющиеся у нас знания для осмысления новой информации. Таким образом, приобретение знаний является активным психическим процессом. Каждый человек выстраивает «расширяющиеся структуры знаний», которые связывают новые идеи с уже известными, поэтому знание всегда лично и в некотором роде уникально. Эти структуры, или схемы, знаний - наше личное внутреннее представление природы мира. Объединяя их с другими схемами, мы создаем новые знания» [120, с. 11].

А.В.Федоров полагает, что критическое мышление по отношению к системе медиа и медиатекстам - сложный рефлексивный процесс мышления, который включает ассоциативное восприятие, синтез, анализ и оценку механизмов функционирования медиа в социуме и поступающих к человеку через средства массовой коммуникации медиатекстов (информации/сообщений). При этом развитие критического мышления - не итоговая цель медиаобразования, а его постоянный компонент [116, с. 36].

С.И. Заир-Бек считает, что критическое мышление – это процесс соотнесения внешней информации с имеющимися у человека знаниями, выработка решений о том, что можно принять, что необходимо дополнить, а что – отвергнуть. Критическое мышление учит активно действовать и помогает понять, как надо поступать в соответствии с полученной информацией. Главная цель технологии развития критического мышления – развитие интеллектуальных способностей ученика, позволяющих ему учиться самостоятельно [53, с. 5]. Вместе тем, в современных условиях постоянно растущего информационного потока эти понятия все теснее связываются друг с другом.

В научной литературе встречается довольно много близких определений критического мышления, с различной степенью полноты отражающих его сущность. В медиаобразовательной практике критическое мышление могут применяться разнообразные способы деятельности. В этом контексте, по нашему мнению, критическое мышление обозначает не негативность суждений, а разумное рассмотрение разнообразия подходов и психологий, с тем, чтобы выносить обоснованные суждения и решения.

Кроме того, определённое обобщение сказанного содержится в размышлениях Е.И. Федотовской: «Механизм критического мышления включает мыслительные операции, определяющие процесс рассуждения и аргументации: постановка цели, выявление проблемы, выдвижение гипотез, приведение аргументов, их обоснование, прогнозирование последствий, принятие или непринятие альтернативных точек зрения. Он включает способность применять базовые интеллектуальные умения (знания и понимание) для синтеза, анализа и оценки сложных и неоднозначных ситуаций и проблем. Сюда можно отнести умения выявления проблемы, прояснения ситуации, анализ аргументации, всестороннего изучения вопроса, разработки критериев для оценки решений и надежности источников информации, избегание обобщений» [119, с. 17].

Считается, что аудитории надо дать ориентир в условиях переизбытка разнообразной информации, научить грамотно воспринимать ее, понимать, анализировать, иметь представление о механизмах и последствиях ее влияния на зрителей, читателей и слушателей. Односторонняя или искаженная информация (которая передается, к примеру,

телевидением, обладающим большой силой пропагандистского внушения), несомненно, нуждается в осмыслении [117, с. 57].

По мнению Л. Мастермана медиаобразование должно научить человека ориентироваться в растущем потоке разнообразной информации, анализировать ее, определять манипуляции медиа [19, р. 28]. Результатами медиаобразования направленного на развитие критического мышления являются знания, умения и навыки характерные для критического мышления, позволяющие человеку критически воспринимать медиатексты, оставаясь при этом эффективными пользователями медиа [19, р. 29]. Иначе говоря, Мастерман рассматривает медиаобразование как инструмент формирования критического мышления в отношении медиа, которое позволяет индивидам понимать медиатексты, т.е. «как и в чьих интересах они создаются, как они организованы, что они означают, как представляют реальность, как это представление «читается» аудиторией» [19, р. 43].

То есть этот комплекс проблем входит в круг задач, которые Мастерман считает анализ механизмов воздействия и ценностей той или иной информации необходимым реализовать для развития критического мышления у индивидов.

Таким же образом рассматривает целью медиаобразования российский исследователь Л.С. Зазнобина. Она считает, что медиаобразование должно готовить «обучающихся к жизни в информационном пространстве...» [52, с. 3]. В данном случае задачи медиаобразования сформулированы следующим образом: обучение восприятию и переработке информации, передаваемой по каналам СМИ (в широком толковании); развитие критического мышления, умений понимать скрытый смысл того или иного сообщения, противостоять манипулированию сознанием индивида со стороны СМИ; включение внешкольной информации в контекст общего базового образования, в систему формируемых в предметных областях знаний и умений; формирование умений находить, готовить, передавать и принимать требуемую информацию, в том числе с использованием различного технического инструментария (компьютеры, модемы, факсы, мультимедиа и др.)

Использование теории развития критического мышления в модели медиаобразования будет способствовать формированию у индивидов умений защищаться от манипулятивного воздействия медиа, ориентироваться в информационном потоке современного демократического общества.

Американский исследователь Л.М.Симэли (L.M.Semali) следующим образом описывает возможные результаты формирования критической медиакомпетентности: хорошую информированность в вопросе медийных трактовок; знание влияния ежедневных личных контактов с медиа на образ жизни, отношения и ценности; применение ключевых

концепций медиаобразования для интерпретации/анализа медиатекстов, чтобы достигнуть глубины их понимания; развитие интереса к программным тенденциям как к пути изучения культуры; знания о проблемах собственности и правительственного регулирования в медийном мире; рассмотрение роли медиа в индивидуальном принятии решений; анализ возможных влияний медиатекстов на определенные решения или поведение, воздействия медиа на покупку товаров потребителем, на выбор политических кандидатов, выбор действий или стандартов конфликтов [111, с. 25].

Критическое мышление рассматривается как важнейший результат медиаобразования, имеющий помимо чисто образовательного важное социальное значение. При помощи теории критического мышления аудитория научиться определять различия между заданными, общеизвестными и требующими проверки фактами, надежность источника информации, допустимые и недопустимые утверждения, различия между главной и второстепенной информацией, пристрастность суждения, неясные или двусмысленные аргументы и т.д.

1.4. Выводы по первой главе

Анализируя теоретические основы и методологической базы темы исследования, мы пришли к следующему выводу;

1. Анализ теоретических работ специалистов и нормативных акт в области медиаобразования позволяет заключить, что во всём мире концепцию медиаобразования, которое рассматривалось как процесс развития личности в основном с помощью и на материале СМИ с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умения полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретённая в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля - телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета.
2. Подавляющее большинство научных исследований, так или иначе затрагивающих вопросы медиаобразования, относятся к области педагогики и практически не исследуют продуктивную функцию медиаобразования по отношению к феномену медиа, который в данном контексте равнозначен по объёму образовательной составляющей предмета. Такой комплексный подход эффективно обеспечивает реализацию медиаобразования в учебном процессе. Однако, медиаобразование – это активно развивающиеся направление не только в педагогике, но и в других сферах жизни, которое отвечает требованиям современного общества. В этом смысле с точки зрения гражданского направления к медиаобразованию, его социальный смысл заключается не столько в повышении медиакомпетентности индивида, сколько в формировании установки на медиаактивность.
3. Изучая вопрос о концептуальных основах медиаобразования, каждая из рассмотренных теорий направлена на развитие медиаграмотности аудитории и способствует повышению уровня ее медиакультуры. Ключевая идея «медиаобразование как теория развития критического мышления» соответствует изучаемому в нашем научном исследовании и поэтому в дальнейшем мы отталкивались от положений данной теории. Рассматривая феномены «фейк-ньюз», «постправды», «гибридные войны» и «манипулирование сознанием» отметили, что развитие теория критического мышления направлено на обучение индивида к воспроизводству сообщения, умению использовать средства массовой информации для передачи сообщения, а также призвано научить правильно реагировать на полученную информацию и фильтровать ее.

ГЛАВА 2. ПРОЦЕСС РАЗВИТИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ НА ЗАПАДНЫХ СТРАНАХ

2.1. Глобальные процессы возникновения медиаобразования на западе

Информационно-коммуникационная революция второй половины XX столетия кардинально изменила структуру стала называться "эпохой информации" не только Европы, но и всемирного коммуникативного пространства. Увеличение скорости передачи информации непрерывно возрастала и приобретала важнейшее значение в развитии общества, в прогрессе экономики, науки, техники и культуры.

В XXI веке перед исследователями встала задача повышения уровня грамотности во многих новых областях, в частности медиаграмотности, приобретающей исключительно важную роль в век электронных средств информации, развлечения и связи. Работа по повышению уровня медиаграмотности ведется во всем мире вот уже более полувека, а во многих странах, таких как Канада, США и Великобритания, ей придается огромное значение [100, с. 167].

В 1960 годах канадский медиапедагог Маршалл Маклюэн дал понятие «глобальная деревня» [75], символизирующее все более тесные связи между людьми в планетарном масштабе благодаря развитиям технологиям. Хотя значительная часть развивающегося мира все еще находится за пределами этой «деревни», большинство населения планеты смотрит одни и те же телепрограммы и фильмы, слушает одну и ту же музыку и посещает одни и те же сайты всемирной паутины.

Британский ученый Дж Васко (J. Vasko) отмечает, что в европейских медиасистемах «мышление, основанное на идеологии свободного рынка, вошло в моду в Западной Европе и вытеснило коллективистский подход, распространенный в 1960-е и 1970-е годы. Возникло желание стимулировать рыночную конкуренцию на защищенных рынках, характеризовавшихся доминированием модели общественного вещания» [32, р. 24].

Российский ученый И.С.Яжборовская писала, что переход к информационному обществу предполагает превращение производства и использования услуг и знаний в важнейший продукт социальной деятельности, причем удельный вес последних будет возрастать. Главной целью такого общества является обеспечение правовых и социальных гарантий того, что каждый член, находясь в любом месте и в любое время, сможет получить любую информацию. А критерием развития такого общества могут служить количество и качество имеющейся в обработке информации, ее эффективная передача и переработка, а также доступность информации для каждого человека [131, с. 182].

Понятие «информация» в данном контексте используется в самом широком смысле и включает в себя как сведения о рынках, потребителях, образовательных системах, так и символы, образы, понятия, единые для всего человечества. Последние формируют своего рода единую символическую среду, в которой свободно циркулируют потоки медиаконтента вне зависимости от национальной и территориальной принадлежности их создателей[93]. Таким образом, стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий служит ключевым фактором, определяющим ускоряющийся процесс информационной глобализации, которая становится характерным явлением настоящего времени.

Так называемое «глобальное общество», в котором события экономической, культурной, политической и экологической жизни одной страны в короткие сроки приобретают значимость для людей/народов, живущих в других странах мира. Бесспорно, глобализация мировой экономики и информационно-образовательного поля (включая создание открытых мировых образовательных сетей, преодолевающих политические, административные, национальные, расовые, религиозные границы) может существенно помочь позитивному синтезу социумов разных стран (что, к примеру, при всех возникающих противоречиях и происходит внутри Европейского Союза) [88, с. 13].

В этом контексте следует отметить, глобализация[92] — понимается, прежде всего, как усиление взаимосвязанности, взаимозависимости современного мирового сообщества, расширение спектра взаимодействия культур, государств и индивидов. При этом происходящие сегодня изменения немыслимы вне процессов развития средств коммуникации и информации, задавших современному миру качественно иную динамику. При этом глобализация вовсе не является сверхновым явлением, предсказанным М.Маклюэном: еще завоеватели Древнего мира вполне успешно «дарили» покоренным нациям свое государственное устройство, культуру, религию, язык и т.д. [88, с. 13].

В результате глобализации, по утверждению Британского исследователя Э. Харта (A.Hart), «возможности для развития более открытого общества, более информированных граждан, более динамичной и инновационной культуры» [50, с. 80].

На отрицательные стороны глобализации обращает наше внимание и резолюция Совета Европы о медиаобразовании: «Глобализация и взаимопроникновение медиа наряду со всеми огромными возможностями, которые они предлагают, также приводят к новым проблемам: перенасыщенность информацией; унификация, вызванная медийным господством одного языка и одной культуры, увеличивающаяся коммерциализация. Есть также серьезный риск новой формы социальной изоляции тех, кто не может пользоваться медиа и/или неспособны оценить его содержание критически» [Council of Europe, 2000].

Сочетание глобальное открытие, по мнению ряд ученых, — это как ударная волна — вызывает появление многих и многих более «мелких» изобретений и открытий. Возникновение информационной экономики и высокая эффективность предприятий с развитой ИТ-составляющей привели к тому, что информационные технологии стали постепенно проникать во все сферы общественной жизни. Все это вместе до неузнаваемости, изменяет информационную среду. Сегодня же мы видим такое ускорение научно-технического прогресса, что глобальные открытия-волны уже наслаиваются одна на другую. Научно-технических открытий на систему СМИ в прошлые периоды и в наше время считаются:

- появление спутниковой связи;
- компьютеры, в том числе ноутбуки;
- Интернет;
- мобильные телефоны и ПК, соединенные с Интернетом;
- райдеры для электронных книг и журналов;
- планшетики типа iPad и др. [184].

Возникновение информационной экономики и высокая эффективность предприятий с развитой ИТ-составляющей привели к тому, что информационные технологии стали постепенно проникать во все сферы общественной жизни [54, с.224].

Современные технология стали интеллектуальными, когда начинают предугадывать наши потребности и оптимизировать разные сферы повседневной жизни людей. Распространение информационно-коммуникационных технологий открыло огромные возможности в структурных сдвигах в экономике, предоставляемые на основе ИКТ в условиях глобализации. Следовательно, утверждается главенство информационного критерия для оценки развития общества, где в качестве базового признака выделана доступность информации.

Европейские эксперты EMEDUS – (European Media Literacy Education Project) отмечают, что медийная ситуация начала XXI века существенно отличается от той, что была еще десять –пятнадцать лет назад. Это связано со стремительно расширяющейся сферой интернета, поисковых систем, файлообменников, электронных государственных услуг, медиаконвергенцией (интернет-телевидение, электронные книги, пресса), использование цифровых технологий, но главное - с активным творческим участием миллионов пользователей в создании и распространении медиатекстов (в социальных сетях, в YouTube и пр.) [79, с. 17].

Отсюда понятно, что медиаобразовательный процесс в западных странах не мог не отреагировать на эти изменения, гораздо больше внимания уделяя сегодня новым цифровым медиа.

Известно, что в эпоху глобализации взгляд людей на образование становится всё более прагматичным. Например, высшее образование в русле «глобальных ценностных ориентаций» уже не служит источником распространения фундаментальных научных ценностей. «Клиенты» высшего образования прежде всего ценят его: доступность и удобство потребления «товара» - конкретных знаний и умений (consumer satisfaction), то есть сокращение усилий для получения нужного результата; экономическую усредненность и эффективность; броскость и функциональность упаковки (CDROMной, интернетной и т.д.) учебных программ; мобильность перехода/обмена студентами/преподавателями/исследователями разных вузов/стран; последующую максимальную коммерческую реализуемость, «конвертируемость» полученных/преподаваемых знаний и умений [88, с. 16].

На наш взгляд человек будущего глобального информационного общества формируется сегодня. Новые технологии меняют его: имея более оперативный доступ к информации, он быстрее реагирует на изменяющиеся условия. Фундаментальной основой глобализации способствует социальному и культурному единству, создавая единую для всех языковую и знаковую символическую систему.

При всем разнообразии подходов к феномену глобализации их объединяет общая идея: глобализация мира, которая, с одной стороны, объективна, с другой – активно проводится транснациональными монопольными финансовыми и промышленными объединениями, политической и экономической элитой «золотого миллиарда» (особенно США, Канада; в Европе: Великобритания, Германия и Франция) только в своих сугубо корыстных целях, несет в себе наряду с некоторыми позитивными моментами губительные последствия для мировой цивилизации. Новые информационные технологии и основанные на них средства коммуникации предельно ускоряют темпы экономических, политических и социальных процессов [96]. В ситуации разрыва между богатством и бедностью в зависимости от проводимой политики они способны как сократить данный разрыв, так и углубить его, доведя до состояния общемировой катастрофы.

По мнению российского профессора Е.Л. Вартановой [39, с. 13], средства массовой информации крупнейших либеральных стран Европы сыграли значительную роль в истории мировых массмедиа и журналистики.

По сути, они наметили основные пути становления и развития медиасистем, выявили основные модели отношений СМИ и общества, формирования индустриальных структур и

профессиональных стандартов в контексте социальных отношений, а также определения многих форматов журналистских текстов, критериев профессионального поведения и журналистских норм.

Коммерциализация как проявление логики рынка стала основной чертой развития европейских СМИ на рубеже XX—XXI веков. Другой британский ученый Э. Де Бенс (E. De. Vens) подчеркивает, что в европейском контексте этот процесс представлял собой стремление извлечь прибыль — ведущую цель медиа компаний [5, p. 11]. Однако общий взгляд на европейскую медиаиндустрию возник благодаря попытке осмыслить центральный конфликт в европейской медиаэкономике как «общее историческое противоречие, в основе которого лежала проблема баланса между капиталистическими компаниями и общественным участием» [39, с. 15].

В определенный момент полноценное демократическое развитие общества, идущее в разных странах по-разному. Последствия второй мировой войны наступила новая фаза в развитии технологий формирования общественного сознания. К этому времени миллионных масс людей, их оседание на смежных территориях в качестве национальных меньшинств способствовали многообразию процессов идентификации и самоидентификации, становлению новой мега-политической идентичности.

В контексте послевоенной мировой политики в регионе шли интенсивные национально-цивилизационные процессы, резко активизировалась геостратигическая и геополитическая идентификация, сформировалась наднациональная идентичность социалистического содружества [132, с. 85]. Процессы, которые произошли в странах Центральной и Юго-Восточной Европы, позволили осмыслить преимущества двух путей перехода от тоталитаризма к демократии: эволюционного и революционного.

Кроме того, большинство современных российских авторов по-разному оценивают характер изменений, произошедший в политической системе Советского государства. В идеологической сфере – это контроль советских и партийных органов Советского союза над содержанием и распространением информации, в том числе печатной продукции, музыкальных и сценических произведений, произведений изобразительного искусства, кинематографических и фотографических произведений, передач радио и телевидения, с целью подавления всех источников информации, альтернативных официальным, ограничения либо недопущения распространения идей и сведений, считавшихся вредными или нежелательными. Система всеобщей политической цензуры включала различные формы и методы идеологического и политического контроля: наряду с прямыми функциями подавления мысли (запрет публикации, цензорское вмешательство, отклонение рукописи) применялся весь арсенал средств однопартийной диктатуры — идеологическая,

кадровая, издательская, гонорарная политика. Режим целенаправленно формирует такую организацию общества, которая обеспечивает управление людьми при помощи контроля за их основополагающими потребностями, передвижением и изменением социального положения [195].

В целом, в процессе глобализации развитие науки и техники, расширение экономических, политических, профессиональных и личных контактов между жителями стран мира способствуют активизации взаимодействия между странами. В данных условиях средства массовой информации играют одну из ключевых ролей и в этом контексте возникает глобальная проблема всей земной цивилизации вовремя подготовить людей к новым условиям жизни и профессиональной деятельности в высокоавтоматизированной информационной среде, научить их автономно действовать в этой среде, результативно использовать ее потенциал и защищаться от отрицательных воздействий.

По нашему мнению, глобализация – это революция в средствах коммуникации неотвратимо надвигающаяся реальность; современница эпохи «модернизации» и развития капитализма, а медиаобразование – способ, который учит в ней жить и грамотно ориентироваться в информационных потоках, быстро оценивая ситуацию. В определенный момент развития медиаобразование осуществляется как общественная функция, то есть. возникают специальные воспитательные учреждения, появляются люди, профессией которых является обучать и передавать опыт, накопленный человечеством. Иными словами, медиаобразование стало неотъемлемой потребностью общества. Во всех этих областях происходит размывание национальных, культурных и других границ, что даёт повод говорить о причинах возникновения медиаобразования.

Медиаобразование не просто задержалось в человеческом сообществе, оно уже миновало период своего становления и уже вступило в фазу активного бытования абсолютно во всех развитых странах. Как и процесс глобализации, медиаобразование включает в себя такие компоненты, как комплексность социальных изменений, доминирование глобальных образовательных и культурных ценностей по отношению к локальным, конструирование новой социальной реальности, имеющей общие проблемные точки, а, следовательно, и возможные общие пути их решения. Поэтому одной из задач, стоящей сегодня перед медиаобразованием, становится овладение мировыми позитивными наработками[35].

А. Федоров [115] выделит три основных этапов развития и становления медиаобразования в западных странах:

-I этап (60-70-е гг. XX вв.) зарождение медиаобразования.

Как и во многих других в западных странах, история медиаобразования концентрировалось вокруг кинообразования. Разговоры о кинообразовании начали кинематографисты, критики и любители киноискусства, когда они почувствовали, что фильмы, которые они любили, молодое поколение игнорирует, и нужно юношей и девушек научить ценить и получать удовольствие от тех произведений с помощью так называемого эстетического воспитания. Язык экранного искусства, специфика его восприятия, воздействия на сознание, мировоззрение зрителя, по существу, определили содержание кинообразования в этот период. Рассмотрение эволюции кинообраза и его восприятия позволяло педагогу рассмотреть вопросы истории кино как истории развития зрительской культуры: от восприятия элементарных единиц киноповествования /события, запечатленного кинокамерой/ к кадру, его внутренней композицией - от линейного киноповествования к ассоциативному и полифоническому с приходом звука и последующим развитием поэтики кино [115, с. 21].

Медиаобразование на американском континенте (США, Канада) и в европейском пространстве (Великобритании, Германия, Франция, Финляндии, России) в частности, получило довольно широкое распространение практическое кинообразование, основанное на том, что школьники или студенты под руководством педагога пытались снимать короткие документальные и игровые фильмы на восьмимиллиметровой пленке. Этот вид деятельности стал возможен благодаря тому, что поступили в массовую продажу относительно недорогие, компактные любительские кинокамеры [88, с. 90].

Так началась новая веха в развитии кинообразования стало первой ступенькой к современному медиаобразованию. Многие университеты включили в свои учебные планы курсы так называемого кинообразования (film studies), основанного на изучении киноязыка, истории киноискусства и творчества крупнейших мастеров экрана. Такого рода курсы, как правило, строились по аналогии с курсами теории и истории литературы [115, с. 116].

В эти годы исследователи считали, что развития творческой деятельности школьников по осмыслению результатов киновосприятия позволяет педагогу активизировать самостоятельность мышления, творческую и социальную активность учащихся, широко использовать ранее полученные знания, умения, навыки из области идеологии, искусствознания, личного художественного опыта, учитывать общие задачи развития школьника, стимулировать внутреннюю морально-психологическую работу учащихся, знания и умения, полученные в учебно-воспитательном процессе, особенно на уроках литературы, общественных дисциплин и художественно-эстетического цикла. Анализ, эстетическая оценка фильма, соотнесение экранной реальности с объективной действительностью, сопоставление авторской позиции со своей зрительской, завершающие

акт восприятия, одновременно являются итогом процесса кинообразования. Как активного сотворчества учителя и ученика [104, с. 21].

По мнению А.В.Федорова, в большинстве случаев «экранное» медиаобразование использовало медиасредства (к примеру, учащиеся овладевали умениями пользоваться кино-телеаппаратурой), а не изучало собственно медиакультуру. Довольно сильным было стремление к идеологической политизации медиаобразования. Это направление в медиаобразовании получило название идеологической перспективы. То есть с помощью аудиовизуальной аппаратуры снимались какие-то сюжеты. Или медиаматериалы использовались для иллюстрации к коллективным дискуссиям на актуальные социальные темы (например, о защите гражданских прав и т.д.) [115, с. 116]. Направление избирательного подхода нашло выражение в явном предпочтении художественных и экспериментальных фильмов массовой кинопродукции (и, в конечном счете, кино как средства массовой информации перед телевидением), серьезной газеты – иллюстрированным изданиям, содержательных телепередач, посвященных текущим событиям, и документальных программ – телеиграм и мультфильмам [111, с. 24].

-II этап (70-85-е гг. XX вв.) резкий скачок развития медиаобразования.

Важную роль в развитии движения медиаобразование сыграло в 70-е годы, когда телевидение стало уже существенно опережать кинематограф по степени влияния и воздействия на аудиторию. Вместе с тем увеличение число телеканалов насчитывало уже несколько десятков. Здесь важно подчеркнуть, что в эти годы кинообразование повсеместно стало трансформироваться в медиаобразование (то есть образования на базе всего тогдашнего спектра средств массовой информации и коммуникации – прессы, телевидения, кино, радио, звукозаписи и т.д.). Однако вместо более широкого использования всего спектра медиа в образовательном процессе западные исследователи в основном фокусировались на телевидении [112, с. 67].

В этот период медиаобразование на западе продолжало расширять сферу своего влияния. Медиаобразования в ведущих странах Европы [88, с. 93-104] и на американском континенте возникали педагогические и исследовательские ассоциации, поставившие своей целью внедрение изучения тех или иных аспектов медиа и медиакультуры в учебный процесс школы и вуза [115, с. 117-124].

В современном мире деятельность медиаобразования представляется чрезвычайно важной. В период резкого повышения политической активности населения, роста гражданского самосознания актуальным становится и гражданский подход к медиаобразованию [48, с. 26], который, согласно рекомендациям ЮНЕСКО «Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны

мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. ... Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и «пожизненного» образования» [112, с. 125].

-III этап (85-е гг.- по настоящее время): модернизация медиаобразования

На современном этапе можно говорить о вступлении человеческой цивилизации в новую фазу информационно–коммуникативного общества. По мнению российского исследователя Е.А Бондаренко, здесь следует говорить, как о формировании медиаграмотности (о грамотности в области восприятия, понимания, интерпретации текстов СМИ) так и информационной грамотности (комплексе наиболее общих умений и навыков работы с информацией) [176].

В этом контексте информационное общество является определенным этапом развития техногенной цивилизации. Как мы уже ранее сказали, наличие информационной культуры предполагает степень овладения личностью навыками поиска, передачи, обработки и анализа информации, особыми – наиболее общими – методами и технологиями. в конце прошлого столетия роль информации непрерывно возрастала и приобретала важнейшее значение в развитии общества, в прогрессе экономики, науки, техники и культуры.

В эти годы, технические возможности тиражирования информации способствуют быстрому росту и развитию всесторонних связей между странами. Как и во многих других странах мира значительные политические, экономические, социокультурные перемены, произошедшие к медиаобразованию объясняется непрекращающимся ростом медиапотребления, необходимостью компенсировать последствия манипулятивный медийных воздействий, медийной зависимости, актуальностью проблем медиабезопасности, востребованностью умений, связанных с медийной сферой, в том числе и в вопросах, связанных с демократией и активной гражданской позицией [79, с. 16].

Новая парадигма связана с высшей техногенной фазой - глобальной информационной инфраструктуры постиндустриализмом, в основе которой лежат невиданные ранее темпы развития, смены инновационных революций. Переход к принципиально новым парадигмам, меняющим не только стиль мышления, но и стиль всей жизни, был сопоставим с жизнью поколения, то в наше время технические и технологические инновации, требующие переобучения, смены профессии, образа мышления и поведения, следуют одна за другой [95, с. 129].

Понятия постиндустриализма на начальном этапе своего осмысления концентрировала внимание на росте занятости в сфере услуг, но постепенно ее акцент

смещается в сферу информации и информационных услуг, крупнейших здесь технологических преобразований [46, с. 176].

С. Б. Цымбаленко (президент молодежного объединения ЮНПРЕСС России) считает, что современный период развития системы «человек–техника– психологические орудия» представляет собой достройку орудийного и машинного этапов (уровней) через усиление деятельности нервной системы в целом, в том числе мозга как рефлексивной и управляющей системы. Это становится возможным благодаря компьютерной технике и другим цифровым технологиям, а также благодаря средствам связи, опоясывающим весь земной шар, преодолевающим пространство за доли секунды. В результате открываются новые возможности получения и переработки информации, моделирования реальности, самоорганизации и управления информационных систем как на уровне индивидов, социумов, так и общества в целом [79, с. 28].

Однако формирования таких своеобразных образов реального мира политическое пространство становится все более виртуальным. Поскольку процесс политической социализации молодого поколения в значительной степени происходит сегодня в цифровой среде чрезвычайно важно формирование информационно-коммуникативных компетенций молодежи и их умелое использование в системе гражданского образования и в процессе формирования национально-гражданской идентичности [38, с. 68].

В этот период медиаобразование выступает как педагогическая система, позволяющая использовать современные методики и технологии (формирование коммуникативной компетенции, аудиовизуальной и информационной грамотности) на основе мировоззренческих позиций (развитие критического мышления, выработка собственных концепций на базе информационных потоков, передаваемых по различным каналам связи) [176].

Несмотря на то, что развитие медиаобразования происходило во многих странах уже много лет, серьезное его рассмотрение на данном периоде важным становится внедрение медиаобразования в школьную среду. Однако в последнее время многие исследователи и целые научные отделы обратили свое внимание на детей дошкольного возраста как активных потребителей медиаконтента. Основные аспекты работы в этом направлении – разработка учебных планов и методических пособий, подготовка квалифицированных специалистов, разъяснение обществу важности медиаработы с детьми. В разных западных странах внедрение медиадисциплин в образовательный процесс высшей, а затем и средней школы происходило с различной степенью интенсивности. Но в последние годы практически во всей Европе медиаобразование добралось и до системы дошкольного обучения [68, с.94].

На основе изучения данной медиаобразовательной сферы можно сказать что все это способствовало осознанию, что медиаграмотность населения важная и необходима, и начинать нужно с обучения детей. Большинство исследователей и экспертов считают наиболее приемлемым синтетический путь медиаобразования, сочетающий его интеграцию в обязательные дисциплины школ и вузов с автономными спецкурсами, факультативами или кружками [64, с.78].

На современном этапе в обществе наметилась тенденция к раннему развитию учащийся, в том числе в области медиаобразования. Сейчас этот процесс понимается как развитие личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью создания культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники [117, с.13].

В целом пройдя длинный путь становления в эпоху мировое медиаобразование получило активное развитие в век информационных технологий и это позволяет говорить о возрастающем интересе к развитию медиаобразования на разных этапах становления личности, что обусловлено общественными процессами и развитием информационно-коммуникационных технологий. С учетом того, что медиаобразование с его богатой историей и обширной географией оказывается все более востребованным, а главное – необходимым в современной социокультурной ситуации.

Бесспорно, глобализационные тенденции в медиаобразовании постепенно приводят к тому, что традиционные позиции «эстетически ориентированного» медиаобразования становятся в мире менее прочными [88, с.18].

На современном этапе в определенный момент важнейшей процесс развития медиаобразование стали образование и воспитание, которые стали неотъемлемой потребностью общества. Здесь мы имеем ввиду реализацию основной цели медиаобразования - при использовании материалов современных медиа в учебном процессе, информационной подготовки учащихся к жизни в современном обществе, что является смыслом медиаобразования.

2.2. Политики и проекты международных организаций в области медиаобразования

Особую роль самом высоком международном политическом уровне развитию медиаобразования играет ЮНЕСКО, ставшая общепризнанным лидером в развитии и осуществлении политики и стратегии в области медиа и информационной грамотности (МИГ).

При этом уже давно и самом высоком международном политическом уровне развитию медиаобразования на всех этапах его существования помогала существенная поддержка ЮНЕСКО. Понятие «медиаобразование» впервые было раскрыто в материалах ЮНЕСКО в 70-е гг. XX в. [22, p. 8]. Проложила путь медиаобразованию на международном уровне - Грюнвальдская Декларация в 1982 г. [152], она была единогласно принята на международном симпозиуме ЮНЕСКО.

В Декларации ЮНЕСКО по медиаобразованию, принятой в 1982 году, утверждается, что «дети и взрослые должны овладеть грамотностью во всех трех знаковых системах» (вербальной, визуальной и аудиовизуальной) [152, p. 8].

По мнению экспертов ЮНЕСКО, информация может являться угрозой для психического, эмоционального и нравственного здоровья детей, поэтому государства должны принимать меры на законодательном уровне по ограничению опасной и угрожающей для детей информации (содержащей сцены насилия и убийства, жестокого обращения, сексуального насилия и порнографии, какой-либо эксплуатации и дискриминации, пропагандирующей наркотики, их производные, алкоголь и т.д.) [159].

В 1978 году под руководством ЮНЕСКО разработана программа массового медиаобразования – «General Curricular Model for Mass Media Education» [50, с. 75]. Согласно основополагающим документам, медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа.

В 1990 году участники конференции «Новые методики повышения уровня медиаграмотности», организованной ЮНЕСКО в Университете Тулузы, в том числе представители британского Института кино и Совета Европы, наметили 4 стадии успешного внедрения курса по повышению уровня медиаграмотности в национальные системы образования: 1. Разработка соответствующими органами образования на общегосударственном или региональном уровне методических указаний к учебным программам. 2. Разработка программ подготовки преподавателей вузов, для которых специализацией или профилирующей дисциплиной будет изучение СМИ. 3. Разработка программ консультационной поддержки преподавателей на рабочем месте, летних курсов усовершенствования, создание государственных центров для профессионального роста

преподавателей конкретных дисциплин, организация оперативной обратной связи между составителями специализированных программ и школьными учителями. 4. Разработка образовательных ресурсов для преподавателей – составление, апробирование и публикация учебников, планов теоретических и практических занятий, плакатов, вспомогательных брошюр, подготовка аудиовизуальных учебных пособий и других средств обучения [100, с. 170].

По нашему рассуждению, этот период открыл в поисках своего пути к социокультурной модернизации медиаобразования и в тоже время существовала различные точки зрения относительно цели медиаобразования, что отражает различные подходы («педагогический» и «гражданский») к медиаобразованию в мире. С одной стороны, на западных странах поскольку медиаобразование считается система образования — это часть социальной сферы, ее составляющая закреплено в национальном учебном плане и является частью некоторых обязательных предметов школьной программы (интегрированное медиаобразование); с другой стороны, в международном политическом уровне в изложенном выше документе ЮНЕСКО медиаобразование является частью основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно является инструментом поддержки демократии.

На европейском уровне координация процесса по медиаобразованию осуществляться Европейской комиссией при поддержке Европейского фонда образования и Европейского центра по развитию профессиональной подготовки. Правовое регулирование по медиаобразованию в европейском контексте означает создание правовой основы информационной политики и крепкого международного сотрудничества, провозглашение которого считается с 1994 года, когда был представлен доклад «Европа и глобальное информационное общество: рекомендации для Европейского Совета ЕС» (в научной литературе известен как доклад М. Бангеманна- Vangemann Report-1994) [136]. Доклад обозначил цель медиаобразования для Европы - сформировать условия для развития такого общества, чтобы получить максимальную выгоду. Доклад подчеркивает определяющую и преобразующую роль информационных и коммуникационных технологий. В докладе изложена идея развития информационного пространства и роли государства, который определил стратегию движения Европы к медиаобразованию:

- успешно начата либерализация телекоммуникационного сектора;
- предприняты усилия для обеспечения социальной ориентации информационного общества, поддержки региональных инициатив для достижения согласованного развития;
- сформулирован план действий в области образования;
- успешно воплощены программы научных разработок;

- Европейская Комиссия стала важным инструментом выработки общих правил, которые необходимы для перехода к глобальному информационному обществу.

Спустя 25 лет, эксперты, функционеры, определяющие образовательную политику, педагоги, исследователи, представители неправительственных организаций и медиа деятели со всех регионов мира встретились на Международной конференции ЮНЕСКО, проходившей 21 -22 июня 2007 г. в Париже[155].

В этом контексте все эти вопросы обсуждались на заседании круглого стола в рамках Международной конференции «Медиа- и информационная грамотность в обществах знания», организованной Министерством культуры Российской Федерации, Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям, Комиссией Российской Федерации по делам ЮНЕСКО, Российским комитетом Программы ЮНЕСКО «Информация для всех» и Межрегиональным центром библиотечного сотрудничества при участии ИФЛА, Института ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании и Секретариата ЮНЕСКО 25 июня 2012 года[196].

Московская декларация о медиа- и информационной грамотности, принятой на международной конференции 28 июня 2012 года, определив, что «медиа- и информационная грамотность – это совокупность знаний, установок, умений и навыков, которые позволяют получать доступ к информации и знаниям, анализировать, оценивать, использовать, создавать и распространять их с максимальной продуктивностью в соответствии с законодательными и этическими нормами и с соблюдением прав человека», расценила медиа- и информационная грамотность как «необходимым условием для устойчивого развития открытых, плюралистических, инклюзивных обществ знания, а также институтов гражданского общества, организаций, сообществ и отдельных лиц».

Участники конференции – представители 40 стран, среди которых Республика Молдова и Турция, призвали международные организации и правительства государств включить, в частности, развитие медиа- и информационной грамотности в число приоритетных направлений национальной политики в области образования на всех уровнях образования, в том числе образования на протяжении всей жизни; разработать и внедрить стандарты медиа- и информационной грамотности; защищать права граждан на свободу выражения мнения, свободу информации и других прав [196].

Альянс МИГ ЮНЕСКО, ранее известный как Глобальный альянс партнерства в области медийной и информационной грамотности (ГАПМИГ), является новаторской инициативой по развитию международного сотрудничества в целях обеспечения всех граждан доступом к медийным и информационным компетенциям. На сегодняшний день свое желание участвовать в совместных усилиях и сообща добиваться позитивных перемен

в этой области выразили организации и частные лица из более чем ста стран. Данная новаторская инициатива была провозглашена на Всемирном форуме по развитию партнерства в области медийной и информационной грамотности, состоявшемся в Абудже (Нигерия) 26-28 июня 2013 года. (<https://ru.unesco.org/themes/media-and-information-literacy/gapmil>)

Инициатива преследует следующие цели:

- становление реального партнерского взаимодействия, которое стимулировало бы развитие и долгосрочное воздействие МИГ на глобальном уровне;
- создание возможностей для выступления сообщества в поддержку МИГ с единых позиций по наиболее актуальным вопросам, в частности касающимся принципов деятельности в этой области;
- дальнейшая проработка практических подходов в отношении медийно-информационной грамотности как комплексной концепции, обеспечивающей общую платформу для взаимодействия связанных с МИГ сетевых структур и ассоциаций по всему миру.

Как мы ранее сказали, что при международной федерации библиотечных ассоциаций и учреждений (IFLA), которая весьма активно занимается вопросами медийной компетентности, создан комитет по информационной грамотности. Однако на этом поиски адекватной терминологии не остановились. Авторы данной учебной программы так объясняют выбор ее названия: «Разработанная ЮНЕСКО учебная программа и система компетенций в сфере медийной и информационной грамотности объединила две разные области — медийную грамотность и информационную грамотность — под общим «зонтичным» термином «медийная и информационная грамотность» (МИГ)... Информационная грамотность подчеркивает важность доступа к информации, ее оценки и этичного использования, а медийная грамотность делает акцент на способности понимать функции медиа, оценивать качество выполнения этих функций и вступать в рациональное взаимодействие с медиа в интересах самовыражения»[82, с. 13]. Как указано в сообщении Института массовой информации, в учебной программе ЮНЕСКО пытается совместить информационную и медийную грамотность (Laws of Media and Information Literacy, MIL), выделив общие для обеих сфер понятия.

В докладе ЮНЕСКО (UNESCO — Medium-Term Strategy Contributing to peace and human development in an era of globalization through education, the sciences, culture and communication, 2001) [30] года говорится, что возникают новый медиаландшафт и новый медиапорядок. Индивид находится под воздействием непрерывных потоков информации, в том числе передаваемой по каналам массмедиа (средств массовой информации и

коммуникации). Молодые поколения растут в условиях постоянно усложняющейся глобальной медиасреды. Медиакультура меняется. Стало меньше ограничений для потоков информации, и ее объемы возрастают; национальные медиарынки интегрируются в глобальную медиаструктуру; медиаресурсы Интернета теперь доступны любому человеку, где бы он ни находился; границы между Интернетом, телевидением, радио, прессой, книгой и телефоном размываются.

По мнению заместитель Генерального директора ЮНЕСКО Джона Дэниеля (John Daniel), образование должно отвечать всему разнообразию нужд, ожиданий, интересов и культурных контекстов. Это вызывает определенные сложности в условиях глобализации. Проблема состоит в необходимости определить, как наилучшим образом использовать ИКТ, чтобы удовлетворить эти ожидания, обеспечить большую гибкость системы образования, соответствие потребностям общества, повысить его эффективность и качество [56, с. 6]. Именно медиаграмотность и ее внедрение в глобальное образование может улучшить понимание между различными культурами и цивилизациями. Гражданам важно понимать функции медиа и других источников информации, критически оценивать их контент, а также принимать обоснованные решения - как пользователям, так и производителям медиаконтента и информации. Медиаобразование является неотъемлемой частью прав гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в системы неформального, дополнительного и пожизненного образования» [UNESCO, 1999, pp.273-274; UNESCO, 2001, p.152]. Из изложенного следует, что эффективная стратегия ЮНЕСКО в области медиаобразования, направленная на борьбу с пропагандой ненависти в СМИ, должна начинаться с разбора стереотипов и предубеждений. Наконец, следует объяснить индивидам, что все медиа являются в конечном счете проповедниками тех или иных идеологических ценностей, авторитета и влияния.

С учётом национальных, социально-экономических, культурно-исторических особенностей эти подходы были отражены в системе образования всех Европейских странах[176].

Рекомендация Кабинета министров Совета Европы от 25 ноября 1981 г. № R (81) 19 «О доступе к информации, находящейся в распоряжении государственных ведомств» [36, с. 33] закрепила основные принципы доступа к такой информации:

- Каждый человек, находящийся под юрисдикцией государства-члена, имеет право получения по запросу информации, находящейся в распоряжении государственных ведомств, за исключением законодательных органов и органов судебной власти;

- Для обеспечения доступа к информации следует принять соответствующие эффективные меры;
- В доступе к информации не может быть отказано под предлогом, что обратившийся за информацией не имеет специальных интересов в данной области;
- Доступ к информации обеспечивается на основе равных прав;
- Упомянутые принципы подлежат ограничению только в случаях, необходимых в демократическом обществе для защиты легитимных интересов общества, как, например, национальная безопасность, общественная безопасность, общественный порядок, экономическое благосостояние страны, предотвращение преступлений и предотвращение разглашения информации, полученной конфиденциально;
- Каждое обращение за информацией должно рассматриваться в установленные сроки
- государственное ведомство, отказывающее в предоставлении информации, должно объяснить причину отказа в соответствии с законом;

Указанные принципы к правительственной информации значительно позволяли на развития законодательства о свободе информации в области МИГ в европейских странах. Эти стандарты пробуждают чувство принадлежности к ценностям Совета Европы и принципам свободы, политического плюрализма, прав человека и верховенства закона, и содействуют пониманию этих ценностей. Они усиливают эффективность внутренней реализации государствами-членами инструментов в области прав человека, особенно Европейской конвенции по правам человека.

Согласна рекомендации Парламентской Ассамблеи Совет Европы по медиаобразованию документ № 8753 от 6 июня 2000 (Parliamentary Assembly, Council of Europe. Doc. 8753, June 6, 2000), в широком масштабе медиа, по своей природе, способны оказывать влияние на отношения и поведение людей в обществе. Достаточно оснований полагать, что в Европе свободные и независимые СМИ являются реальной силой для продвижения демократических изменений, однако, в руках тоталитарно-бюрократических сил они способны стать средствами, разжигающими этническую ненависть и навязывающими определённые стереотипы. Также часто отмечается сильная взаимосвязь между возросшими случаями проявления насилия и использованием образов жестокости и насилия на ТВ, в Интернете и в компьютерных играх. Европейские демократические государства располагают многочисленными средствами, способными справиться с изменениями, происходящим в обществе. Вместе с тем, медиаобразование можно рассматривать как обучение, направленное на развитие медиакомпетентности, критического и вдумчивого отношения к медиа с целью воспитания гармонически развитых граждан, способных формировать собственное мнение на основе доступной им

информации. Медиаобразование позволяет людям реализовать их право на свободу выражения и право на получение информации. Это является не только преимуществом для личного самосовершенствования, но также способствует межличностному участию в обществе. В этом смысле медиаобразование формирует в людях демократическое гражданство и политическую осведомленность. Медиаобразование должно быть также ориентировано на взрослое население сейчас и в будущем. Оно должно помогать им не только не отставать от темпов современного развития, но также способствовать лучшему исполнению роли родителей[202].

Принятая Европейским Парламентом 16 декабря 2008 всеобъемлющая Европарламента по медиаграмотности в мире цифровых технологий включает решения, указания европейским странам по всем аспектам МИГ, включая индикаторы оценки состояния медиаграмотности, обязательность МИГ для всех детей на всех уровнях как ключевого элемента компетентности в образовании на протяжении всей жизни. Принятая Европейским Парламентом всеобъемлющая резолюция выработала ряд положений, согласно которой, «медиаобразование должно стать неотъемлемой частью учебной программы формального образования на каждой ступени школьного обучения», что необходимо «включить медиаграмотность в качестве базовой компетенции в европейскую программу образования в течение всей жизни» [147, р. 18-19]. Всеобъемлющая резолюция также рекомендует Еврокомиссии привлечь экспертную группу(Media Literacy Expert Group) [руководствуясь статьей 26 из директивы 89/552/ЕСС, выработать показатели медиаграмотности с целью развития медиаграмотности в Евросоюзе в долгосрочной перспективе; по медиаграмотности] для обсуждения вопросов медиаобразования и предлагает, чтобы эта группа экспертов проводила более регулярные встречи и оказывала консультативную поддержку официальным представителям всех стран Евросоюза на постоянной основе.

Принимая во внимание , что: рекомендация Европейского парламента и Европейского совета об учреждении Европейской квалификационной рамки для обучения в течение всей жизни учитывает Решение № 2241/2004/ЕС Европейского парламента и Совета от 15 декабря 2004 г. о создании единой для стран Сообщества рамки для обеспечения прозрачности квалификаций и компетенций (Европасс), а также Рекомендацию Европейского парламента и Совета [...] об определении и выработке ключевых компетенций для обучения в течение всей жизни. Доступ к обучению в течение всей жизни, участие в нём всех, включая лиц, находящихся в невыгодном положении, использование квалификаций должно быть, поэтому, поддержаны и усовершенствованы как на национальном уровне, так и на уровне сообщества[189].

В 2005 году была пересмотрена Лиссабонская стратегия и была разработана программа в сфере информации под названием “i-2010”(The Lisbon strategy 2009 – 2014), которая включала следующие основные позиции: завершение формирования единого европейского пространства, формирование открытого рынка для информационных продуктов и услуг; усиление инноваций и роста инвестиций в исследовании информационно-коммуникативных технологий для экономического роста и улучшения условий труда; достижение полностью сформированного всеобъемлющего информационного общества[166, р. 4]. В 2010 году была принята еще одна новая программа под названием «Электронная Европа» (Резолюция “i-2010” – «Европейское информационное общество в 2010 году»). Следовательно, к 2020 году Европа должна обеспечить ключевые составляющие информационной политики: модернизацию государственных услуг в режиме онлайн; деятельность электронного правительства; компьютеризацию образовательной сферы, медицинского обслуживания в электронной форме; создание динамичной среды для развития электронного бизнеса [166, р. 11].

20 марта 2018 года в Женеве прошел Форум (The World Summit on the Information Society (WSIS) Forum 2018) [172] Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества (ВВУИО), организаторами которого выступили Международный союз электросвязи совместно с ЮНЕСКО и Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) при поддержке Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). Форум ВВУИО является крупнейшим в мире собранием международного сообщества по вопросам «Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) в целях развития», в том числе представителей системы ООН, правительств, гражданского общества и отрасли ИКТ. Он проводится для обсуждения действий, направленных на достижение цели ВВУИО, которая состоит в выработке общего видения и добровольном распределении обязательств по построению информационного общества, открытого для всех и ориентированного на развитие. Во время работы Форума состоялись обсуждения на высоком уровне по следующим вопросам:

1. право на коммуникацию (связь);
2. инновации для доступности цифровых технологий;
3. ИКТ для содействия развитию наименее развитым странам;
3. укрепление доверия и безопасности в киберпространстве

Регулярно проводимые конференции министров призваны решать следующие задачи: подтверждать обязательства по соблюдению свободы средств массовой информации, принимать важные стратегические предложения и выработать направления дальнейшей деятельности Совета Европы в области средств массовой информации.

Важных результатов конференции ЮНЕСКО (1982, 1999, 2001, 2007, 2012, 2019) и Совета Европы(2008,2018) в изложенном выше документах медиаобразование рассматривается, прежде всего, как использование новых информационных технологий в условиях глобального информационного общества, в первую очередь в деятельности электронных средств массовой коммуникации. Главной целью конференции было выявить, как протекает процесс медиаобразования в мире и какие трудности встречаются на пути реализации такого рода образовательной политики и практического опыта, а также разработать практические рекомендации, направленные на повышение уровня медиаобразования и мобилизацию усилий его сторонников.

С учетом национальных, социально-экономических, культурно-исторических особенностей эти подходы были отражены в системе образовательного процесса (обучение, учение, самообразование), всех европейских стран. Они пробуждают чувство принадлежности к ценностям Совета Европы и принципам свободы, политического плюрализма, прав человека и верховенства закона, и содействуют пониманию этих ценностей. Они усиливают эффективность внутренней реализации государствами-членами инструментов в области прав человека, особенно Европейской конвенции по правам человека.

Европейские неправительственные организации (НПО) также присоединились к реализации политики медиаобразования – изначально имеющей много векторный, но однонаправленный и эффективный потенциал для развития информационного общества. Считая, что НПО вносят неоценимый вклад в дело достижения целей и выполнения принципов устава ЮНЕСКО и устава Совета Европы. Среди этих НПО в сферу медиаобразования;

«Европейская Детская Киноассоциация» (ЕСФА -European Children's Film Association) ЕСФА -Европейская ассоциация детских фильмов с 1988 года продвигает и стимулирует развитие европейских фильмов для детей и молодежи. В составе ассоциации более 100 компаний и организаций из 36 стран. Фестиваль Bridge of Arts подписал соглашение с Европейской ассоциацией кинофестивалей ЕСФА и вошел в состав организации. Это очень статусная структура, которая помимо объединяющей функции выполняет достаточно много полезных производственных задач. Ассоциация ведет работу так, чтобы кинофестивали становились площадками для развития кинопроизводства, копродукции в процессе медиаобразования[146].

Общественное объединение «Дети» – (Childnet International) Общественное объединение

«Дети» – (Childnet International), некоммерческую организацию, которая работает с государственными органами в разных странах, чтобы сделать Интернет отличным и

безопасным местом для детей. Цель организации: борьба с насилием в отношении детей путем расширения доступности детей, родителей, специалистов и граждан к возможности сообщения о случае насилия над ребенком и к получению экстренной психологической помощи по телефону пострадавшему ребенку и его семьи[138].

«Дети Европы Онлайн» (EU Kids Online) исследовался опыт работы детей и молодежи в сети Интернет, а также вопросы риска и Интернет-безопасности (координаторы проекта - С. Ливингстоун и Л. Хэддон, Лондонская школа экономики и политологии), юная медийная аудитория сталкивается с данными рисками главным образом в социальных сетях (чаты, всплывающие рекламные окна и пр.). Во избежание чрезмерного потребления детьми Интернета EU Kids Online рекомендует родителям больше вникать в то, чем именно занимаются их сыновья и дочери в Интернете, и обсуждать это с ними. Родительская поддержка при ограничении проводимого детьми в Интернете времени особенно эффективна в случаях, когда ребенок столкнулся в сети с чем-то неприятным[145].

«Европейскую Ассоциацию в поддержку интересов телезрителей» (European Association for Viewers Interests – EAVI). Эта независимая некоммерческая ассоциация была учреждена в Брюсселе, где сконцентрированы основные руководящие структуры объединённой Европы. Создание EAVI призвано способствовать объединению усилий национальных и наднациональных теле-зрительских ассоциаций в ЕС в борьбе за права и интересы граждан в их отношениях с телевидением. С учреждением новой ассоциации появилась организационная основа для непрерывного общеевропейского публичного обсуждения нужд телезрителей и солидарного отстаивания их интересов [143].

«Совет по международным исследованиям и обменов» (The International Research and Exchange Board, IREX) международная некоммерческая организация, под эгидой которой реализуются многочисленные новаторские программы по развитию лидерского потенциала в формирующихся демократических странах. Целью инициатив IREX является повышение качества образования, поддержка независимых средств массовой информации и многостороннее развитие институтов гражданского общества. IREX разрабатывает программы и предоставляет консультации по поддержке различных стадий образовательного процесса – от начальных классов средней школы до высшего и специального образования[165].

Медиаобразование получает признание и энергично развивается во всех регионах, в первую очередь в Европе. В рамках ИКТ реализуется значительное число проектов и программ, которые, как и официальные рекомендации, стимулируют развитие медиаобразовательной политики в странах-участницах ЕС. Центральная стратегия проекты по продвижению медиаобразования состоит в привлечении внимания к его

важности на всех уровнях образовательного процесса (от начального до высшего образования и подготовки учителей), к развитию программ обучения медиаграмотности, интеграции медиаобразования в общеобразовательный учебный процесс.

Научно-исследовательских проектов в центре внимания находится решение научно-технических проблем, которые порождает технологическое и социальное развитие прежде всего европейских стран; принцип совместного финансирования, согласно которому все проекты финансируют все страны-члены ЕС; принцип всеобщности, который предусматривает максимальную мобилизацию возможностей всех участников медиаобразовательной деятельности; принцип финансирования инвестиционных проектов, позволяющий создать необходимую материальную базу для свободного творческого научного поиска без жесткой «привязки» ученых к возможностям технологизации ожидаемых результатов.

Проекты в области медиаобразования сфокусированы на обучении и повышении квалификации медиапедагогов, в первую очередь, из развивающихся стран, и обмене опытом (Mentor project, Media Education Kit), поддержка исследовательского и образовательного центра - Международной палаты ЮНЕСКО «Дети, молодежь и меди (1997 г.)» (International Clearinghouse on Children, Youth and Media) при Геттенбургском университете; финансируемый правительством Швеции и ЮНЕСКО. Которые активно занимается пропагандой медиаобразования, организует международные конференции, издает книги и справочники, поддерживает интернет сайт (<http://www.nordicom.gu.se>). Традиционно и по сей день система образования остается основным институтом медиаграмотности. Исходя из важности подготовки учителей в развивающихся странах, ЮНЕСКО запустил в 2008 году программу по повышению квалификации учителей. Она включает работу над созданием первой модели интегрированного медиаобразования, которая объединяет медиаграмотность и информационную грамотность в одной дисциплине [89, с. 97].

С ноября 2000 года в рамках выполнения Лиссабонской повестки, Еврокомиссия выделила 3,5 млн.€ на поддержку около 30 проектов в области медиаграмотности (через eLearning initiative). Ряд программ ЕС предоставляют возможности для финансирования медиаобразовательных проектов (в частности таких, как «Life Learning», «eTwinning», «Safer Internet» и «European Social Fund», программа – «Media Mundus») [89, с. 102].

Введутся следующие крупные проекты в области медиаграмотности:

- Программа EContentplus» (2005-2008): поддержка развития цифрового контента в области географии, образования, науки и культуры.

- Программа «MEDIA»: поддержка аудиовизуальных фестивалей в странах ЕС, приоритет 2007 года - поддержка фестивалей, проводимых в сотрудничестве со школами и другими институтами медиаобразования.
- Программа «The Safer Internet»: направлена на поддержку родителей и педагогов и дает им инструменты по повышению безопасности Интернета, по защите детей от вредной или незаконной информации в Интернете.
- Программа «eLearning»: продвижение цифровой грамотности.
- Программа «Youth in action» (с 2007 года) направлена на формирование духа европейского гражданства у молодежи, вовлечение молодых в создание будущего ЕС. [89, с. 103]

Однако, по мнению Европарламента, в таких программах вопросам медиаграмотности могло бы уделяться гораздо больше внимания.

Программа eTwinning[144] предложена в качестве платформы для всех школ, желающих участвовать в международном сотрудничестве при поддержке ЕС. Программа eTwinning существует в мировой практике с 2005 года, и до сегодняшнего дня представляет собой крупную онлайн среду в Европе. Созданная Европейской комиссией сеть eTwinning, объединила 100 000 школ из 33 стран посредством сети Интернет. В деятельности данной сети все более активное участие принимают страны бывшего СНГ.

С 2009 года начал свою работу Европейский медиаобразовательный проект OnAir[160] в котором приняли участие многие европейские страны: Великобритания, Германия, Норвегия, Финляндия, Швейцария, Бельгия, Болгария, Греция, Турция, Астурия, Польша и Румыния. В ходе данного проекта было выделено несколько главных задач современного медиаобразования в Европе, среди которых:

- осознание степени распространения СМИ и его роли в жизни молодого поколения;
- необходимость развития автономии, умения ориентироваться и управлять информационным потоком СМИ;
- развитие кругозора, самостоятельного мышления на материале медиа, умение использовать приобретенные знания в реальной жизни и т. д.

В финальном отчете Европейского медиаобразовательного проекта OnAir, в котором, отмечается: «Европа должна быть в авангарде медиаграмотности. Исторически сложилось так, что Европа стала колыбелью цивилизации СМИ, центром для координации дискуссий философского, литературного и технического развития средств массовой информации. Поэтому естественно, что Европа должна взять на себя инициативу в решении проблем развития медиаграмотности...» [124, с. 127].

Наш обзор политики и проекты международных организаций в области медиаобразования показал, что она во многом соотносится с общемировой. Государства участники подчеркивают, что вопросы медиаобразования, касающиеся прав человека, основных свобод, демократии и верховенства закона, носят международный характер, поскольку соблюдение этих прав и свобод составляет одну из основ международного порядка. В последние годы многие целые научные отделы (ЮНЕСКО, *Совет Европы*, Европейские институты) самом высоком международном политическом уровне обратили свое внимание на детей к постоянному обучению (long-life learning) активной социальной жизни, как активных потребителей медиаконтента. Развитие и обеспечение информационной грамотности признаны эффективной мерой противодействия посягательствам на детей с использованием сети Интернет.

В целом, благодаря ряду недавних правительственных и общественных инициатив в странах Европы были внедрены масштабные программы в области медиаобразование и освоения цифровых навыков на уровне школьного медиаобразования. Оно осуществляется в европейских странах не только через систему образовательных институтов и государственных программ, но и усилиями общественных организаций и групп, сочетающих в своей деятельности функции мониторинга средств массовой коммуникации, медиакритики и развития культуры взаимодействия граждан с медиа.

2.3. Опыт медиаобразования в Финляндии, Великобритании и России

В европейских странах пристальное внимание к медиаобразованию объясняется непрекращающимся ростом медиапотребления, необходимостью компенсировать последствия манипулятивными медийных воздействий, медийной зависимости, актуальностью проблем медиабезопасности, востребованностью умений, связанных с медийной сферой, в том числе и в вопросах, связанных с демократией и активной гражданской позицией [74, с. 93].

Современная Европа, которую формируют значительно отличающиеся друг от друга западная, северная, центральная и восточная части континента, представляет собой различные экономические системы и несколько региональных экономических блоков, что вряд ли способствует социально-политической и медиа-образовательной единству континента. Двадцать восемь стран—членов Европейского Союза, а также Финляндия, Норвегия и Швейцария, которые находятся за пределами ЕС. Турция, Россия и еще несколько бывших социалистических государств (в том числе Республика Молдова), которые еще не интегрировались в ЕС— все это формирует потенциально общий потребительский рынок, насчитывающий почти 800 млн человек [39, с. 6].

Свободное общество основных компонентов мирового стандарта демократии и критерий общественного прогресса (свобода слова, собраний, печати; религиозная свобода, свобода совести и т. п.) характеризуется минимальным вмешательством государства в личную жизнь человека [206]. Однако во всех сферах общественного бытия далеко не все люди могут пользоваться разнообразными свободами средства массовой информации зависимые от государства: свобода предпринимательства в экономической сфере, плюрализм (обеспечение их прав и свобод) и демократия (правовая защищенность граждан) в политической сфере, свобода совести (социальная свобода) в духовной сфере, возможность изменения статуса и выбора вида деятельности в социальной сфере и т. п.

Все эти компоненты объединены взаимодействия с системой демократических ценностей и по принципу отражают уровень развития медиакомпетентностью страны. Об этом говорится в исследовании общественного мнения по теме «индекс медиаграмотности 2018: поиск здравого смысла OPEN SOCIETY INSTITUTE – SOFIA», проведенном Европейской инициативы в области медиаобразования (EuPI), и исследовательским центром Института Открытого Общества – София [140]. Исследование проводилось в 2018 года и оценивает потенциальную устойчивость к распространению фейковых новостей в 35 европейских странах (см. **Графика: 1**), используя показатели свободы СМИ, образования и доверия между людьми к феномену пост-правды.

Согласно результатам исследования те государства, где существуют высокая свобода журналистики и система образования, заметны также высоким уровнем медиаграмотности и потенциалом противостояния лженавостям. Страны Северо-Западной Европы обладают более высоким потенциалом устойчивости к распространению фальшивых новостей благодаря лучшему образованию, свободным СМИ и высокому доверию между людьми. Балканские страны являются наиболее уязвимыми к побочным последствиям фальшивых новостей и пост-правде, как правило, причинами низких результатов являются наиболее уязвимыми к побочным последствиям фальшивых новостей и пост-правде, с контролируруемыми СМИ, недостатками в образовании и снижением доверия в обществе, то есть эти страны являются наиболее восприимчивой к «фейковым новостям».

Образование остается ключевым фактором в борьбе с феноменом "пост-правды" как общий уровень образования (например, функциональная грамотность), так и целенаправленное обучение СМИ. Существует высокая степень корреляции между свободой СМИ и качеством образования в европейском контексте. Более высокий уровень образования означает более высокую устойчивость к описанному негативному явлению. Образованные люди имеют больше аналитических навыков и имеют меньшую склонность верить в теории заговора и связанные с ними поддельные новости. Как правило, страны с самым высоким баллом имеют лучшие образовательные системы, самые свободные средства массовой информации и высокое доверие среди людей в обществе. Страны, находящиеся в нижней части рейтинга, имеют низкие показатели образования, более контролируемые СМИ и, как правило, низкий уровень доверия населения. Эти страны могут иметь разные пропорции, например, в случае с Турцией общий результат в большей степени обусловлен очень низким показателем свободы СМИ, а в случае с Македонией главной проблемой является ее самый низкий показатель образования. По словам автора исследования Марина Лесенского возможно причины тому являются результаты процессов развития медиаграмотности/медиакомпетентности учащихся очень сложно измерить, так как здесь доминируют меж предметные и интегрированные / модульные формы обучения, поэтому рекомендуется усилить контроль качества медиаобразования как сравнение и согласование результатов тестирования и доработки критериев для оценки уровня медиаграмотности в Европе с процедурами измерения медиаобразования в школах.

Основные показатели методологии исследования включает себя, свободы СМИ, качества педагогического образования, межличностного доверия СМИ, электронного участия (см Таблица-1) могут служить предикторами уровня устойчивости общества к фальсификации новостей, пост-правды и связанных с ними явлений. В исследовании

понятие медиаграмотности используется для того чтобы оценить потенциал фейковых новостей и их устойчивости к негативным последствиям снижения общественного доверия СМИ. В дополнение результатов к индексу этот отчет также предлагает краткий обзор феноменов пост-правды и фальшивых новостей и предложений о том, обсуждая как их можно решать.

Индекс вбирает в себя данные нескольких замеров и учитывает их данные согласно четкой структуре. 40% вводных дают показатели свободы журналистики, из которых 20% данные рейтинга Freedom House 2018 (см Таблица-4) и 20% индекс организации «Репортеры без границ». Вторая большая вводная основывается на данных образования, в 40% процентах на разных данных теста PISA и 5% на доле людей с высшим образованием в обществе. Остальная часть делится на 10% данных Евростата по доверию в обществе и 5% данных членства в ЕС.

Для оценки ситуации в странах использовался ряд критериев, в том числе отсутствие частных или независимых СМИ, блокирование Интернет-сайтов, ограничения на запись и распространение электронной информации, лицензирование журналистской деятельности, ограничение свободы передвижения журналистов, государственный контроль над работой журналистов, глушение зарубежных вещательных станций и недопущение в страну иностранных корреспондентов. Автор исследования Марин Лесенский (Marin Lessenski Program Director, European Policies Program Open Society Institute – Sofia), выразил сожаление в связи с попытками органов власти некоторых стран подавить инакомыслие и поставить под контроль общественные средства коммуникации посредством таких мер, как: введение репрессивных правил, касающихся учреждения и функционирования органов массовой информации и (или) вебсайтов; вмешательство в деятельность общественных и частных органов массовой информации, в том числе посредством отказа в аккредитации их журналистов и политически мотивированного судебного преследования журналистов; принятие законов, излишне ограничивающих допустимый к распространению контент; произвольное объявление чрезвычайного положения; введение технических мер контроля над цифровыми технологиями в виде, например, блокирования, фильтрования, глушения и закрытия киберпространства; а также усилий по "приватизации" мер контроля, когда Интернет-посредников принуждают принимать меры по ограничению контента; приветствуя и поощряя усилия гражданского общества и СМИ, нацеленные на выявление заведомо лживых новостей, дезинформации и пропаганды и привлечение внимания к ним. Чем больше контролируется медиа-ландшафт, тем шире сеть искажений и гораздо меньше шансов получить доступ к разнообразию информации и точек зрения.

Государства расположились по кластерам пять разных групп из 35 стран. Каждая группа содержала по кластерам являются иерархическими с похожими характеристиками, то есть страны с самыми высокими показателями находятся в первом кластере, а страны с самыми низкими показателями - в последнем. Кроме того, кластер 1 ближе и больше похож на кластер 2, а кластер 4 ближе и больше похож на кластер 5.

Существует четкая географическая структура в потенциальной устойчивости к «пост-истине» (см **Таблица-2**). Таблица визуализируется следующим образом: (а) Пять кластеров, основанных на индексных баллах стран. (б) 35 стран в индексе, ранжированные в соответствии с их индексом балла. Стандартизированные оценки от 100 до 0, от наивысшего к низшему. Позиции рейтинга от 1 до 35, от самого высокого до самого низкого. с) Изменение по сравнению с Индексом 2017 года разницы между оценками и рейтинговыми позициями.

Есть несколько случаев с существенными различиями. К примеру; Польша потеряла 3 позиции и 3 балла по сравнению с прошлым годом (2017). В 2018 году Чехия потеряла 2 позиции и 1 балл, Словакия - 1 позицию и 2 балла, Венгрия, Сербия и Черногория потеряли по 2 балла. Улучшения регистрируются в случае Исландии с 3 позициями и 3 баллами вверх, Испания и Франция с 3 позициями и 2 очками вверх, Швеция с 2 позициями и 2 очками вверх и так далее. Интересно отметить, что большинство улучшений в рейтинге происходит в первых двух кластерах, в то время как ухудшение в оценках происходит во второй половине рейтинга.

Доверия в других может раскрыть уровень социальной сплоченности всех людей, живущих в обществе и это является одним из используемых предикторов устойчивости к феномену пост-истины. - например, снижение доверия к парламенту, правительство, судебная система и т. д. подрывает доверие и связано с растущей поляризацией в обществе. Фейковые новости разрушают доверие с растущей поляризацией в обществе и исследования подтверждают корреляцию этих показателей с демократией и благополучием. Страны, занявшие первые места в рейтинге Индекса, как правило, имеют более высокий уровень доверия среди людей стран EU (см **Таблица-3**), а самый низкий балл означает что «Вы не доверяете никому другому». Устойчивость к фальшивым новостям и их последствиям связана с путем восстановления доверия или наоборот, поскольку они между собой взаимосвязаны. В таблице приведены оценки свободы СМИ на основе двух международной признанных опросов Freedom House Freedom of Press survey and the Reporters without Borders (Репортеры без границ).

Нужно отметить, что в эпоху технологий во всех ведущих англоязычных странах продолжает увеличиваться количество детей, пользующиеся основными видами медиа и

новыми технологиями в быту, в частности, сетью Интернет, мобильными телефонами мр3-плеерам и цифровыми фотоаппаратами. Анализ Индекса медиаграмотности 2018 года также указывает на то, что, хотя поддельные новости и дезинформация встречаются главным образом в Интернете и, в частности, в социальных сетях, граждане знают, что эту среду нельзя считать самой надежной.

В силу отмеченных обстоятельств в этих странах в последние годы активно пропагандируется обучение так называемой «цифровой медиаграмотности» (digital media literacy). Контроль над фальшивыми новостями - это, вероятно, путь к решению проблемы. Чрезмерное регулирование социальных сетей или Интернета в целом может помочь по проблемам дезинформации. Однако в определенных контекстах социальные сети, такие как Facebook и Twitter, невозможно контролировать локально [140, p. 7]. Многие неохотно отмечают, что слишком большая свобода привела к нынешнему печальному положению к делу. Но это может быть не так в случае со СМИ, где меньшая свобода может равняться худшему влиянию новостей. Практически всем странам Центральной и Восточной Европы не достает качественных системных ответов на распространяющуюся дезинформацию и пропаганду. Дезинформация, в виде «ложных» или «фейковых новостей», и пропаганда представляют собой многочисленные угрозы демократическим обществам. Они направлены на манипулирование людьми и искажение общественного мнения, включая открытый и откровенный обмен идеями.

Опрос Евростата (Eurostat, 31 October 2017) на тему «Поддельные новости и дезинформация онлайн» выяснили, что люди в Европе до сих пор доверяют традиционным СМИ больше, чем онлайн и социальные сети. Например, радио (70%), телевидение (66%) и печатные газеты и новостные журналы (63%) имеют больше доверия, чем социальные сети и приложения для обмена сообщениями (36%) [140, p. 9].

Данные исследования показали, что страны с большей свободой СМИ, как правило, лучше подготовлены к решению проблемы пост-правды. Эволюция свободы и устойчивое развитие страны показывает, что без свободных СМИ нельзя построить демократию и добиться устойчивого развития медиаобразования. Несмотря на то что СМИ ищут новые способы привлечь читателей, трудно точно определить, какой эффект эти усилия оказывают на доверие аудитории. К тому же нужно заметить, что не существует одного наиболее верного ответа о причинах возникновения недоверия к СМИ. Группы учёных, исследующих феномен фейковых новостей и пост-правды в американских и британских университетах, предлагают разные способы решения этой проблемы, которые, в общем, можно свести к разработке и предоставлению пользователям ресурсов, позволяющих производить самостоятельную проверку фактов.

Среди 35 рассмотренных стран только Скандинавские страны (Финляндия, Дания и Исландия) заметно выделяются с лучшей позицией в соответствующем показателе Индекса. Это стало возможным благодаря сочетанию хорошо функционирующих и сотрудничающих государственных учреждений, и гражданских организаций, а также наличию национальной стратегии и высокому качеству других системных ответов. Причины понижения уровня доверия могут различаться в разных странах. Политическая ангажированность, внутренняя коррупция, государственная пропаганда, недостаточность финансирования в журналистике – все эти факторы влияют на то, как люди воспринимают прессу.

Финляндия в настоящее время представляет собой государство, в котором правительство осознаёт всю важность развития информационного общества в Европе и во всём мире. Финляндия представляет собой пример социально и технологически развитого государства, в котором использование ИКТ и информационных услуг с целью взаимодействия, и диалога является возможным между политическими элитами и партиями, социальными защитниками, группами по интересам, средствами массовой информации и т.п., отмечают ученые разных стран. Финляндия открыта для любых экспериментов в сфере массовой информации, а финские журналисты и учёные, занимающиеся проблемой СМИ, чутко откликаются на любые изменения в сфере их профессиональной деятельности. В документах об информационном обществе, подготовленных еще в первой половине 90-х годов правительством Эско Тапани Ахо (*Esko Tapani Aho*), подчёркивалась необходимость «улучшить условия деятельности информационной индустрии и индустрии СМИ за счёт применения новых технологий», «развивать производство содержания и услуг как неотъемлемую часть новой информационной и коммуникационной промышленности», «ускорить создание цифровых теле- и радиопередач для общественного вещания» В них подчёркивалась важность обеспечения свободной конкуренции в печатных и электронных СМИ. [40, с. 210].

Данная политика обусловила Финляндии первое место седьмой раз подряд во Всемирном индексе свободы прессы. «Мы гордимся таким высоким местом в списке этого авторитетного индекса, получившего широкое признание международных организаций», – говорила Илкка Ноусийнен, председатель финляндского отделения «Репортеров без границ», основанного в 2013 году финскими журналистами, интересовавшимися свободой прессы у себя на родине и по всему миру. Ноусийнен считает, что лидерство Финляндии в значительной степени связано с высоким уровнем свободы, которой журналисты пользуются в своей ежедневной работе. «Наши журналисты могут писать свободно без вмешательства владельцев СМИ и правительства», объясняет он. «Устоявшееся финское

законодательство поддерживает свободу прессы, содействуя прозрачности. Мы имеем также очень эффективные законы и институты, содействующие обеспечению свободы прессы...» [151]. Эволюции развития страны подтвердили факт, с одной стороны, что без свободных СМИ нельзя построить демократию и добиться устойчивого развития, а с другой – это предопределяет развитие медиаобразования.

Финский рынок печатных СМИ весьма разнообразен для страны с населением всего 5,5 миллионов человек: не реже одного раза в неделю выходит более 200 национальных или региональных газет, а журналов по интересам издают более 4 000. Статистика, собранная кампанией Media Audit Finland, (2016) –показывает, что 93 % финских взрослых регулярно читает печатные или цифровые газеты. В исследовании подчеркнули, что Финны вновь начинают отдавать предпочтение традиционным, газетам, что вызвано их стремлением получить качественные сбалансированные анализы событий что является здоровой реакцией на турбулентность и ненадежность социальной медиа. Представитель Совета по делам СМИ (Finland's Council for Mass Media) Элина Грундстрем (Elina Grundström) подчеркивает, что более серьезной угрозой для разнообразия и качества Финских СМИ являются происходящие сокращения в телерадиовещательных и издательских компаниях. Вместе с тем, по ее мнению, политическая само цензура Финскими СМИ престала быть проблемой после Холодной войны, во время которой журналисты опасались критиковать Советский Союз [151].

В стране медиаобразование начало зарождаться в 1960-х годах, на рассвете популярного аудиовизуального либерального образования, когда влияние, которое фильм может оказывать на личность, стало вызывать опасение. С тех пор слово «опасение» становится одним из ключевых в сфере медиаобразования. Как только начало активно развиваться радиовещание и телевидение, этим заинтересовалось Министерство образования и просвещения, были проведены исследования и опросы Лиги охраны детства, в которых поднималась проблема использования возможностей медиаобразования в педагогическом процессе. Финская «Критическая» парадигма предлагает, образно говоря, не защищать медиапользователя, предупреждая его об опасностях, а научить его пользоваться «средствами самообороны» в виде навыков критического мышления. Такие навыки позволят ему анализировать и выявлять манипулятивные воздействия «четвертой власти» и ориентироваться в огромных информационных потоках [71, с. 57–72].

Новая волна интереса к медиаобразованию пришла в педагогическое сообщество в Финляндии 1990-2000-годах. Тогда, министерство просвещения Финляндии разработало план конкретных действия в этой области: каждый школьник и студент должен обладать медиакомпетентностью, для чего активно расширяется использование информационных

сетей и результатов научных исследований. Министерство образования и просвещения Финляндии предоставило трехлетний проект, чтобы начать медиаобразовательную деятельность в университете Лапландии. Сегодня медиаобразование реализуется там для студентов факультета «Искусство и дизайн» [88, с. 130], где проводится не только практическая работа, но и теоретические исследования. Этот опыт стал прецедентом интеграции медиаобразования в университетскую систему Финляндии, где реализуется ряд проектов для студентов различных специальностей.

Сущность школьного медиаобразования в Финляндии в этот период изучались вопросы развития коммуникации и роли коммуникатора на различных этапах экономического и политического развития общества, анализировались современные системы коммуникации и проблемы контроля над ними. Основным критерием отбора содержания медиаобразования служили интересы и потребности граждан, что подразумевало отход как от традиционного эстетического кинообразования, так и от технически ориентированного аудиовизуального обучения [80].

С 2000-х годов в концепции медиаобразования Финляндии произошли важные изменения. В соответствии с ними медиаобразование охватывает традиционные и новые медиа и направлено на достижение трех групп целей в развитии учащихся: Первая группа включала развитие способностей понимать и интерпретировать сообщения средств массовой информации. Вторая группа была представлена умениями выборочно и критически воспринимать медиатексты. Третья группа целей была направлена на развитие способностей, учащихся формировать собственное мнение о сообщениях, передаваемых средствами массовой информации и коммуникации. [14, p. 246].

Финские ученые считают, что вопросы медиакомпетентности и медиакритики не должны составлять самостоятельную учебную дисциплину, а должны быть интегрированы в традиционные школьные курсы. Они исходят из того, что развитие коммуникационных способностей личности должно проходить через взаимодействие с медиатекстами, что будет способствовать пониманию значения масс-медиа в обществе и собственной жизни [85].

В Финляндии содействие медиаграмотности включено в повестку государственной политики. Начиная с конца 90 годов были разработаны и осуществлены ряд стратегических проектов, среди которых *Finland towards a firstclass information society* («Финляндия на пути к первоклассному информационному обществу» (1995), «Медиакекс»-Media Muffin Project (2006-2007) и др. В этот период был создан специализированный сайт, поддерживаемый Министерством образования Финляндии (www2.edu.fi/kenguru/fi), который предоставляет образовательные ресурсы и курсы для учителей начальных и средних школ. Другой сайт

(<https://www.pelastakaalapset.fi/en/frontpage/>) был создан некоммерческими организациями (Save the Children Finland, Finnish Information Society Development Centre) и предлагает педагогам и ученикам 6-12 лет задания, инструкции и рекомендации, направленные на формирование навыков использования информационных и коммуникационных технологий. Проект «Медиакомпас» и сайт [Mediakompassi \(http://mediakompassi.yle.fi\)](http://mediakompassi.yle.fi) предлагают материалы по медиаобразованию для учителей и родителей через Интернет и телевидение - по проблемам детей и молодежи в области медиаобразования.

Начиная с 2016 года все финские школы перешли к интерактивным методам обучения [177]: учащимся теперь разрешается самим выбирать интересные для них темы и формировать курс обучения на основе этого выбора. Привлечение новых технических средств и источников за пределами школы - например, музеи или ученых, составляет важнейший элемент новой системы. Теперь преподаватели предмета должны планировать занятия сообща. А дети больше не должны слушать “лекции”, вместо этого им придется в группах находить решение для различных проблем. По мнению профессора педагогической психологии, в университете Хельсинки Кирсти Лонка «было бы серьезной ошибкой внушать нашим детям, что они будут жить в простом и понятном мире, и что если они заучат определенное количество фактов, то всё будет в порядке. Мы хотим учить их думать, учить их понимать - именно это и есть самое важное в нашей системе. Это также приносит учащимся удовольствие и ощущение полноты и счастья жизни... В реальной жизни наш мозг ведет себя иначе - мы не мыслим в категориях отдельных предметов, наша мыслительная деятельность носит характер синтетический или холистический. А если задуматься о проблемах современного мира - глобальные кризисы, миграция, экономика, "эпоха пост-правды", - выясняется, что мы не готовим наших детей к столкновению с этим новым интеркультурным миром... Центральное место в программе обучения должны занять не традиционные предметы, а определенные навыки и умения учащихся» [183].

Эта идея стала основанием для британской «протекционистской» («прививочной») парадигмы, которая во многом определила отношение медиапедагогов к медиа в Великобритании, а также в странах центральной Европы во второй половине XX века.

Главная цель медиаобразования, в рамках данной парадигмы, состоит в том, чтобы противодействовать негативным влияниям СМИ на аудиторию, в первую очередь – детей и молодежь. Целью и содержанием медиаобразовательной политики стало сохранение культурного наследия нации и ограждение учащихся от негативного влияния масс-медиа. СМИ рассматривались преимущественно как источник ложной информации, тиражирования низких культурных образцов популярной культуры, ценностей и стереотипов поведения, а основными средствами борьбы с ними – критический подход к

сообщениям, транслируемым в СМИ, и ограничение доступа к ним [89, с. 88]. Данный подход в оценке масс-медиа объяснял противостояние идеологическому и политическому манипулированию со стороны средств массовой информации и коммуникации путем развития у учащихся способности к критическому осмыслению медиапродукции на основе анализа медиатекстов.

Британские педагоги указывали на очевидную ограниченность интегрированного подхода, настаивая на изучении собственно медиа, т.к. медиакультура в школе во многих случаях преподавалась поверхностно. Активным критиком интеграционного подхода был Л. Мастерман, который добивался, чтобы обучению медиа в учебном плане отводилось больше времени в связи со сложностью этой дисциплины [125, с. 47].

История медиаобразования в Великобритании тесным образом связана с эволюцией британского кино. На всем этапе развития ключевую роль в деле интеграции медиаобразования в учебные заведения Великобритании сыграли ведущие сотрудники Британского киноинститута (British Film Institute – BFI). В 1998 при поддержке правительственного департамента культуры Британский киноинститут создал рабочую группу по кинообразованию (Film Education Working Group), которая активно занялась исследовательской деятельностью по кино/медиаобразовательным проблемам [115, с. 335].

Становление медиаобразования в Великобритании, было сопряжено с серьёзными политическими и социальными барьерами, которые приходилось преодолевать с большим трудом шаг за шагом. Речь идёт о довольно консервативных правительственных реформах, бюрократизме, преобразовании Национального учебного плана с опорой на традиционные предметы и на централизованную консервативную образовательную политику [125, с. 48].

По вопросу выбора дальнейшего пути развития медиаобразования в Великобритании (интеграционного или автономного) у британских педагогов не было единого мнения.

Становление медиаобразовательного движения в Великобритании было затруднено тем, что поскольку многие учителя отнеслись к нему без энтузиазма, британским правительством дважды были совершены попытки исключить медиаобразовательные элементы из школьных учебных планов [113, с. 66]. Тем не менее в 1995 году 30000 британских школьников выбрали предмет «Медиа» для сдачи экзаменов. Медиатексты стали изучаться «с помощью практических упражнений, дискуссий, исследовательских заданий, поставленных в контекст с реальными функциями медиа в обществе» [11, р.13]. Несмотря на то, что интеграция медиаобразования в школьную программу была существенным шагом вперед, некоторые британские педагоги сочли это событие

незначительным достижением, т.к. их надежды на включение медиаобразования в учебные планы в качестве обязательной автономной дисциплины не оправдались.

Новая британская национальная образовательная политика по повышению общей грамотности граждан в эпоху цифровых технологий привела к значительным изменениям в содержании школьных учебных программ и экзаменационных курсов. Речь идет об официальном признании медиаграмотности (а также, критической грамотности) в качестве ключевого элемента школьного образования наравне с традиционной грамотностью [125, с. 51].

Согласно результатам исследований 2018 года по уровню медиаобразования в Европе 2018 Великобритания заняла десятое место [140] благодаря опыту и толерантности учителей, ведущих множество необязательных курсов по медиа для учащихся 14-18 лет на протяжении более трех десятилетий. Однако эти курсы посещает всего около семи процентов школьников данной возрастной группы, поэтому концепция «медиаобразования для всех» реализована далеко не полностью. [94, с. 241].

Основной целью медиаобразования в Великобритании является развитие медиаграмотности/медиакомпетентности у британских граждан; актуальность ее обусловлена возрастающей «медиазацией общества». Осуществление этой цели на практике довольно непростая задача, однозначного решения которой британские медиапедагоги до сих пор не могут найти [94, с. 239]. Медиаобразовательная стратегия заключалась в развитии у учащихся способности к критическому осмыслению любой медиапродукции на основе анализа медиатекстов в связи с этим, британская медиаобразовательная политика приобретает характер идеологического / политического протекционизма.

В XXI веке, столетии новых технологий, в Великобритании продолжает увеличиваться количество детей, пользующихся основными видами медиа и новыми технологиями в быту, в частности, сетью Интернет, мобильными телефонами, и цифровыми фотоаппаратами. Британские дети с самого раннего детства взаимодействуют с различными видами медиа и приобретают навыки обращения с разнообразными медиа-устройствами. Большинство школьников не испытывает полного доверия к текстам, транслируемым с помощью медиа. [125, с. 47].

Согласно опроса, проведенного Офком в Великобритании в 2018 году (Children and parents: Media use and attitudes report 2018) [139], британские дети имеют навыки пользования основными медиа (телевидение, игровые приставки, Интернет) начиная с четырехлетнего возраста. Примерно 9% детей в возрасте 8-11 лет и 20% детей в возрасте 12-15 лет имеют собственный компьютер с выходом в интернет, что выше показателей 2017

года на 6% и 7% соответственно. Детские комнаты все в большей степени становятся «мультимедиа центрами»: дети 8-11 лет имеют в среднем четыре, а дети 12-15 лет – пять медиа-устройств. Около 2/3 детей смотрят телевизор, слушают радио и выходят в Интернет в основном во время отсутствия родителей. 15% детей 8-15 лет смотрят телевизор и пользуются сетью Интернет исключительно самостоятельно. К 7 годам 62%, а к 16 – 98% британских детей имеют мобильные телефоны; с каждым годом дети начинают пользоваться ими все в более раннем возрасте. Предпочтения в области медиа обусловлены гендерно; мальчики всех возрастов, выделяют игровые приставки как наиболее значимый для них вид медиа-устройства, в то время как девочки отдают предпочтение телевидению и (в более старшем возрасте) – мобильным телефонам.

Общение является основной целью использования сети Интернет девочками старшего возраста. Значительно больше девочек, чем мальчиков, используют Интернет минимум раз в неделю как средство коммуникации посредством программ для мгновенной передачи сообщений (84% против 75% соответственно), а также посредством социальных сетей (79% против 64% соответственно). Также дети начинают все больше использовать Интернет для просмотра телепередач, кинофильмов и видеоклипов; каждый пятый подросток занимается этим, по меньшей мере, один-два раза в неделю. Около 30% детей использует Интернет для скачивания музыки, видео, а также разнообразного контента, созданного другими пользователями Сети. Степень доверия детей от 8 до 15 лет к телевизионным программам варьируется в зависимости от их вида: более 80% доверяют новостным и познавательным программам, в то время как доверие всевозможным реалити-шоу – меньше 39%.

Дети 8-11 лет предпочитают получать эти знания в основном от родителей (50%), в то время как дети 12-15 лет – от друзей (48%). Школа обеими возрастными категориями также рассматривается как основной источник знаний в области медиа (48% и 42% соответственно). Около 30% детей 12-15 лет предпочли бы сами изучать медиа, что объясняется стремлением подростков к самостоятельности. Лишь 2% школьников 8-11 лет и 1% школьников 12-15 лет совершенно не интересуются изучением медиа.

По данным опроса, 86% родителей в Великобритании разрешают детям играть в игры с рейтингом «18+». 89% респондентов признали, что не отслеживают возрастные ограничения в играх. При этом только 23% опрошенных не обращают внимания на возвратные ограничения в фильмах. 18% респондентов сказали, что они позволили бы 10-14 летним детям смотреть фильмы с возрастным рейтингом «18+». 43% респондентов заметили негативные изменения в поведении их детей после того, как они играли в игры, предназначенные для взрослых. По словам 25% респондентов, их дети после игры в

подобные проекты понимают и используют в своей речи ругательства. 34% респондентов сказали, что их дети каждый день играют в игры четыре часа или больше.

«Главная проблема, – пишет в этой связи Дж. Грипсруд, – не в том, что медиа делают с аудиторией, а, скорее, что аудитория делает с медиа? Аудитория – это совокупность независимо думающих и действующих индивидуумов, которые используют медиа, чтобы удовлетворить свою потребность в информации, развлечении, самореализации, социальной принадлежности или идентичности» [102, с. 65].

Мастерман отмечает, что текущий политический, социальный и идеологический климат в некоторых странах приводит к возвращению к такого рода этико-протекционистской медиа педагогике, так как учащиеся должны быть защищены от идеологического зла, аморального, безнравственного влияния медиа, «прививаться» против «вируса», искусственно созданного коммерчески заинтересованными медийными структурами имиджа потребителя [18, р. 34]. Таким образом, британские исследователи стремятся оградить учащихся от идеологического манипулирования и призывали защищать детские умы от разрушающего влияния масс-медиа, от негативного влияния доминирующей идеологии, порабощающей их сознание.

Эксперты Офком полагают, что в современном мире сложно проконтролировать все аспекты жизни ребёнка. В связи с этим встает вопрос о формах контроля со стороны взрослых за детской программой просмотра теле и видеоматериала, о мониторинге медиаконтента (содержание видеоигр, интернет-сайтов и пр.). В данном случае речь идет не столько о запретах или ограничениях, сколько о политике просвещения, иначе говоря, о медиаобразовании детей, о повышении их медиакультуры. Ответственность за решение основных задач медиа просвещения всецело лежит на взрослых – родителях, учителях, воспитателях.

Медиаобразование в России, также как и в западных европейских странах, начиналось со сферы аудиовизуальных видов искусств и были посвящены роли кино. Медиаобразование в России долгие годы находилось под жестким идеологическим давлением. Доступ ко многим источникам (фильмам, радио, телепередачам, книгам, журналам, газетам, фотографиям, звукозаписям) был затруднен по цензурным мотивам [118, с. 4]. Эти тенденции можно проследить практически на всех этапах развития медиаобразования в России. Учитывая тот факт, что в рассматриваемый период СМИ играли колоссальную роль в политике, оказывая огромное влияние на общественное сознание, нужно подчеркнуть, что со своей стороны власти способствовали углублению раскола СМИ по политическим признакам. Однако даже в это нелегкое время многие

российские медиапедагоги искали творческие подходы в реализации своих курсов и программ.

Вопросы медиаобразования в России в настоящее время дискутируются среди ученых, преподавателей, неправительственных организаций, вообще людей продвинутых в области новых технологий. Российское общество (включая многие официальные образовательные структуры) пока не полностью осознало насущную потребность активного внедрения медиаобразования в масштабе всей страны, хотя изложение идей и основ медиаобразования и медиакритики неизменно вызывает повышенный интерес. Все понимают, что это необходимо, однако особо пока на эти вопросы общество внимания не обращает. Динамичные изменения политической и социально-экономической обстановки в России, ее международного положения оказывают зачастую прямое влияние на обыденные жизненные ситуации значительной части населения страны [57, с. 20].

Перспективы медиаобразования в России напрямую связаны с процессом социальной модернизации, проблемами формирования основ гражданского общества и соответственно медиакультуры личности XXI века. [65, с. 16]. Среди основных условий развития процесса медиаобразования в России можно выделить следующие [118, с. 5]:

1. Общую ориентацию на развитие личности (включая формирование эстетического сознания, художественного восприятия, вкуса и т.д.; развитие критического мышления, творческих потенций индивидуальности в русле идей гуманизма);
2. Учет психологических особенностей, спектра реальных интересов и предпочтений детской и молодежной аудитории;
3. Разработку критериев развития медиавосприятия и способности к критическому, художественному анализу медиатекстов;
4. Совершенствование моделей, программ, методик, форм проведения занятий со школьниками и студентами на материале медиа (в том числе с использованием зарубежного опыта);
5. Модернизацию материально-технической базы процесса обучения;
6. Включение в вузовские (и школьные) программы курсов, предусматривающих изучение медиа-культуры.

В российском медиаобразовании предпочтения отдается «эстетической» парадигме, согласно которой медиаобразование должно формировать у аудитории вкус к медиапродукции, стимулировать ее к потреблению более содержательных, этически выверенных и эстетически ценных образцов медиакультуры («серьезное» художественное и документальное кино, «качественная» пресса и т.д.) [89, с. 90].

Современная российская медиапедагогика в условиях глобализации информационного и образовательного пространства и реформирования системы образования все более активно вовлекается в процесс интеграции и обмена медиапедагогическим опытом со многими странами мира [123]. Об этом свидетельствуют многочисленные международные проекты, ряд симпозиумов и конференций по проблематике медиаобразования, совместные разработки в области методик и технологий медиа-образования школьников и студентов и т.п.

Важным медиаобразовательным событием стала инициированное в 2002 году научно-исследовательским коллективом «Медиаобразование и медиакомпетентность» при Таганрогском государственном педагогическом институте (при поддержке Российского гуманитарного научного фонда – РГНФ) вузовская специализация «Медиаобразование». Данная специализация внедрена и в ряде вузов в Екатеринбурге, во Владивостоке, в Воронеже. Таким образом, считают некоторые исследователи, медиаобразование в России впервые за всю свою историю обрело официальный статус [110, с. 76].

Все большее число российских вузов, школ и учреждений дополнительного образования стало включать медиаобразование в свои учебные планы и программы. Государственные структуры чаще стали поддерживать движение медиаобразования (грантовая поддержка со стороны Министерства образования и науки РФ, слушания вопросов информационной грамотности и медиаобразования на заседаниях Общественной палаты РФ, включение тематики медиаобразования в текст государственной концепции развития информационного общества и пр.). Российский медиаобразовательный опыт «стал предметом изучения в Болгарии, Венгрии, Польше, Румынии, Украины, Чехии и в других странах Восточной Европы, где медиапедагогика еще не достигла таких вершин, как в Финляндии или Великобритании» [114, с. 44].

17 ноября 2008 года Правительство России утвердило «Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». Среди приоритетных направлений в Концепции названо «расширение использования информационных и телекоммуникационных технологий для развития новых форм и методов обучения, в том числе дистанционного образования и медиаобразования» [205].

С 1992 по 2014 год научно-исследовательские проекты российских ученых по медиаобразовательной тематике неоднократно получали грантовую поддержку Министерства образования и науки Российской Федерации, Российского гуманитарного научного фонда, Российского фонда фундаментальных исследований, Программы Президента РФ «Поддержка ведущих научных школ России», ЮНЕСКО, ряда зарубежных

фондов («Институт «Открытое общество», МИОН – Иноцентр, Фулбрайт, IREX, DAAD и др.). [114, с. 44].

Ассоциация кинообразования и медиа педагогики России является общероссийское общественное объединение, основанное на персональном членстве деятелей кино и педагогов, преподающих курсы киноискусства, медиакультуры, медиаобразования/медиаграмотности в различных типах учебных заведений - в средних школах, гимназиях, колледжах, вузах. Ассоциация тесно сотрудничает с МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» (www.ifar.ru) – совместная реализация проекта «Информационная грамотность и медиаобразование» www.medigram.ru [114, с. 78].

По мнению А. Федорова и И. Чельшевой, проблемы российского медиаобразования связаны, прежде всего, с тем, что до сих пор не инициировано систематическое глобальное медиаобразование школьников в средних школах, нет педагогической специальности «медиаобразование», которая необходима для подготовки учителей, способных осуществлять медиаобразование в школах. Так как проблема подготовки профессиональных медиапедагогов в стране пока не решена, такая вариативность является необходимым условием развития медиа педагогики и медиакультуры в отечественном образовании [118, с. 97].

В современной России медиа имеют огромные потенциальные возможности для повышения общекультурного и образовательного уровня современного человека, диалогового общения. По мнению Ю. А. Чернышева независимые СМИ РФ лишь в теории отстаивают исключительно интересы общества, на практике же за ними очень часто стоят влиятельные финансовые и политические группировки, первоочередной целью которых является выгодное преподнесение собственных программ, взглядов, кандидатов во властные структуры и т. д. Без сомнения, использование СМИ в корыстных интересах лишь подрывает доверие общества к масс-медиа, что, в конечном счете, имеет негативные последствия, в том числе и для СМИ [126].

Россия остается страной с большим количеством СМИ, но и с ограниченным доступом к критическому или независимому освещению событий и различным политическим взглядам, констатирует Freedom House. В 2018 году Россия получила 152 места в ежегодном рейтинге свободы средств массовой информации, составленного Freedom of the Press. Индекс свободы прессы в России в 2021 году, по мнению международной организации «Репортеры без границ», ниже 49 пунктов, что свидетельствует о небольшом снижении по сравнению с предыдущим годом. Таким образом, Россия заняла 150-е место в мировом рейтинге из 180 стран. С 2013 года индекс свободы прессы в России увеличился в целом примерно более чем на пять индексных

пунктов, что свидетельствует об ухудшении положения журналистов в последние годы. Кроме того, Freedom House оценил свободу в Интернете в России на 30 из 100 баллов в 2020 году, где 100 баллов означают наивысшую степень свободы в Интернете. [150].

Половина россиян не доверяют большинству сообщений средств массовой информации, к такому выводу пришли социологи в ходе исследования "Образ журналиста в массовом сознании россиян", подготовленном исследовательской группой ЦИРКОН по инициативе Фонда "Медиастандарт" при поддержке Комитета гражданских инициатив (КГИ). Исследование проводилось в июле-августе 2018 года [192] среди 1604 респондентов старше 18 лет. Опрос реализован методом личного интервью по месту жительства опрошенных. "Половина участников опроса согласилась с суждением "Я не верю большинству сообщений в СМИ" (50%, не согласились 33%), более половины респондентов не согласились с суждением «Я привык верить тому, что пишут в газетах, говорят по ТВ и радио (58%, согласились 33%). В обоих случаях недоверие с очевидностью превалирует над доверием", — говорится в отчете о результатах исследования. Больше всего россияне доверяют общественно-политической информации, транслируемой на телевидении. Так, 63% респондентов отметили именно этот источник информации, отвечая на вопрос, "каким источникам информации о событиях в стране и мире вы больше доверяете?". Онлайн-СМИ опережают по уровню доверия прессу и радио – информации в интернете доверяют 18% респондентов. Тем не менее, более половины россиян сообщили, что профессия журналиста пользуется уважением в обществе. В отчете также отмечается, что за последние десять лет уровень уважения к профессии вырос на 12%.

Портал Tjournal.ru сообщает следующее: «К сожалению, люди в интернете ленивы и часто не только не проверяют информацию, но банально не замечают, что сайт является порталом сатирических новостей, а зачастую даже не переходят по ссылкам из соцсетей, мгновенно распространяя дезинформацию дальше. Ничего поделать с этим нельзя, но можно довериться тому, кто проверяет информацию» [197].

«Люди в России смотрят российское телевидение, и у них нет альтернативы. К сожалению, у среднестатистических россиян плохо с иностранными языками, не знаю почему, но это не значит, что альтернативные источники не должны обращаться к ним на их родном языке, популярны на сайте и видеоигры с политическим подтекстом. Иногда, объясняют «НПО РФ», надо и посмеяться: только так можно противостоять государственной пропаганде. Получается некий синтез контента, дизайна и развития. — говорит Илья Красильщик, издатель проекта Meduza.io [190].

Обращаясь к медийной ситуации в России, нельзя не согласиться с мнением А.Федорова о том, что «проблема подготовки подрастающего поколения к жизни в эпоху

информационного взрыва, информационных технологий, возрастания роли информации, как экономической категории, не актуализируется в контексте школьного образования, выпускник школы оказывается не готовым к интеграции в мировое информационное пространство, где манипуляционная составляющая занимает, увы, значительное место»[117, с. 10].

По мнению ректора МПГУ (Московский государственный педагогический университет) А.Лубкова, почти 44% детей в РФ проводят в сети практически круглые сутки, еще 30% имеют симптомы компьютерной зависимости. "Нам хорошо известно, какой негативный опыт дети получают в информационной среде, если делают это бесконтрольно, неосознанно, в отсутствие надежной медийной навигации. Вопрос медийного информационного сопровождения – это не вопрос отдельного педагога или директора какой-то конкретной школы. Это масштабная государственная задача сегодняшнего дня", — рассказал он в международном медиаобразовательном форуме прошедшего в Москве 16-17 марта 2017 г. [209].

Нормы о внедрении и развитии программ медиаобразования содержатся в законах РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». К полномочиям органов государственной власти субъектов Российской Федерации в сфере защиты детей от информации, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию, относятся разработка и реализация региональных программ обеспечения информационной безопасности детей, производства информационной продукции для детей и оборота информационной продукции. Настоящий Федеральный закон вступил в силу 1 сентября 2012 года. [214]. В частности, установлено государственное регулирование обеспечения информационной безопасности детей.

В целом, аудитория, не имеющая опыта потребления информационного продукта, зачастую не взыскательна, использует самые простые и порой просто вредные каналы информации, что влияет на формирование личности, на ее гражданскую позицию. Особенно это характеризуется аудитория России. Соответственно, исходя из множества перечисленных выше проблем и факторов, настоятельная необходимость интенсивного развития и изучения западного медиаобразовательного опыта представляется очевидной.

Российский подход также, как и предыдущая, (протекционизм Великобритании и интерактивные методы обучения Финляндии) может варьироваться в зависимости от различных образовательных систем, традиций и т.д. В подходах определены важные педагогические факторы для системы медиаобразования: способ кодирования, тип, социальные функции медиатекстов; тип, ценности аудитории в процессе восприятия медиаинформации.

Они, как правило, не проявляются в чистом виде и тесно связаны между собой. Эти педагогические подходы имеют широкий масштаб внедрения: школы, вузы, учреждения дополнительного образования и досуговой деятельности; и также важно подчеркнуть для дальнейшего эффективного применения лучших медиаобразовательных концепций необходимо, наконец, решить вопрос о подготовке профессиональных медиапедагогов.

2.4. Выводы по второй главе

1. В мире, в т. ч. в европейских странах, процесс становления и развития медиаобразования было обусловлено политическими, экономическими и правовыми факторами, а также социальными событиями, технологическим прогрессом, глобализацией, увеличением скорости передачи информации, развитием вначале кинематографа, а затем аудиовизуальных СМИ и повсеместным распространением Интернета.
2. Медиаобразование в мире возникло как кинообразование, впоследствии оно вобрало традиционные и новейшие СМИ. Основными причинами стали возрастающее влияние масс-медиа на восприятие людьми событий в мире и в своих странах, а также негативные последствия манипуляторного потенциала СМИ на социальном поведении граждан, особенно в странах с низким уровнем демократии в области масс-медиа.
3. Медиаобразование в мире, в т. ч. в европейских странах, вначале охватило главным образом систему общего среднего образования. При этом в основном речь шла об интеграции медиаобразования в базовые школьные дисциплины (уроки ИКТ, языка, истории, литературы и др.), а затем постепенно охватило систему обучения на протяжении всей жизни (long-life learning).
4. Важную роль в продвижении медиаобразования имели и имеют различные стейкхолдеры мирового, европейского и национального масштаба (ЮНЕСКО, Совет Европы и НПО). Проводимая ими политика и внедряемые проекты основывались на понимании остроты проблем формирования медиа- и информационной грамотности на различных уровнях: государственном, в сферах образования, массовой коммуникации и информации, а также в обществе. Медиатедагоги и государственные политики рассматривали медиаобразование в контексте экономической и социальной среды, испытывающих значительные изменения вследствие интенсивного развития информационных и коммуникационных технологий.
5. Медиаобразование в мире, в т. ч. в европейских странах развивается ныне по восходящей линии. Оно основывается на принципах гуманизма, предполагающих демократическое равенство и уважение ко всем участникам процесса обучения, Медиаобразование использует современные технологии проведения занятий. Она обеспечивает комфортную среду, психологическую безопасность, создание возможностей для критического анализа СМИ и медиатекстов.

ГЛАВА 3. МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ТУРЦИИ И РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

Турция и Республика Молдова динамично интегрируются в мировое информационное пространство. Формирование медийной структуры и ее функционирование в оба государства проходило и проходит под влиянием разнообразных факторов, важнейшими из которых являются демократизация общества, стремление этих стран в Европейский Союз, высокие темпы роста частного сектора в экономике, в т.ч. в СМИ, развитие информационного общества, совершенствование информационно коммуникативной культуры и др. Вместе с тем медиаландшафты Турции и РМ характеризуются многочисленными проблемами, прежде всего, в отношении обеспечения достоверности предоставляемой информации и противостояния внешнему медийному влиянию.

Информационное манипулирование в обеих странах также остается злободневной задачей. Оно вызвано и подпитывает ангажированную деятельность масс-медиа, с одной стороны, а с другой - негативно отражается на социальное поведение граждан, особенно в принятии осознанных решений. Существующее законодательство не стимулирует в достаточной степени достоверное информирование людей со стороны СМИ.

Международное сообщество, особенно Евросоюз, призывает Турцию и РМ к содержательному проведению необходимых реформ в целях гарантии свободы СМИ и плюрализма в обществе, а также к развитию медиаобразования как средство противостояния пагубной медиа зависимости и критического потребления СМИ.

3.1. Турецкий государственный опыт медиаобразования как отражение современной национальной медиа системы

История турецких СМИ уходит корнями в последние десятилетия Османской империи. Появление печати в Турции не было обусловлено экономическими и социальными потребностями населения. Напротив, она была учреждена в качестве «голоса» правительства, и это во многом предопределило путь развития турецких средств информации до конца XX столетия [13, с. 18].

Турецкая пресса опиралась на глубинные традиции – религиозные, этнические, этические, эстетические, предопределенные характером развития национальной культуры в целом, ядром которой и сегодня остается исламская традиция.

В XX веке в истории Турции произошли радикальные изменения, преобразились все формы общественной и интеллектуально-духовной жизни турецкого общества. Первая турецкая газета *Takvim-i Vaka'î* (Таквими Вакаий -Календарь событий) вышла в 1831 г. [13, с. 26]. Газета содержала преимущественно декреты, распоряжения султана и описания придворных празднеств. Для ее выпуска были организованы специальная типография

(«Таквимхане-и амире матбаасы -Таквимханей Амире Матбаасы») и издательство («Таквим незарети- Таквим Незарети»), во главе которых назначили историографа Мехмеда Эсада. [13, с. 36]. Необходимо также отметить, что газетное дело в Турции инициировали французы, которые в 1795 году издавали первые печатные издания на французском языке [13, с. 43].

В ходе строительства новой Турецкой Республики (1924 г.) всеобъемлющий охват средствами массовой информации привел к тому, что СМИ были действительно доступными каждому человеку. Пристальное внимание к общественному мнению, его постоянный учет стали одной из характерных черт политики «*Cumhuriyet Halk Partisi*» («Народной Партии Республики»). В деле превращения идей и принципов, выдвинутых Мустафой Кемалем Ататюрк в систему, значительна была и роль турецких журналистов – комментаторов этих идей, активно участвовавших в национально-освободительной борьбе и в политической и культурной жизни страны после завоевания независимости и провозглашения Турции республикой. Ататюрк написал в преамбуле закона о создании Генерального директората прессы и информации: «Длительное время мы пренебрегали созданием политических и идеологических институтов, которые могли бы стать мощным орудием в защите наших национальных интересов, и это привело к пагубным последствиям. В Европе нет ни одного государства, где не существовало бы крупной организации, нацеленной на выполнение этой задачи. С одной стороны, нам нужны издания, которые будут защищать наши национальные интересы и систематически изучать иностранную прессу, чтобы понять интеллектуальный климат. А с другой стороны, нам нужны издания, которые будут способствовать единству и формировать общественное мнение в нашей стране в соответствии с требованиями современности» [134].

Кемалистская идеология в турецкой прессе всегда настоятельно подчеркивала исключительность, самобытность Турции: «В Турции особая система, особое мировоззрение. Здесь главный принцип – национальное единство, борьба с империализмом, с космополитическими взглядами, отсутствие классового деления, борьба за экономическое, техническое развитие, за государственность, борьба с природой» [13, с. 111].

Завоевание политической независимости было первым важным переломным моментом в развитии общественной мысли. Враждебность к империалистическим державам в Кемалистской Турции порой принимала характер резкой неприязни ко всему, что было на Западе. В результате возникли теории национально-освободительного движения, в котором социальный аспект этого движения был подчинен национальному

аспекту. Идеологией национально-освободительного движения в Турции группа «Кадро» считала турецкий национализм [13, с. 123].

В 40-50-х гг. XX века в Турции начались политические волнения, молодежь выдвигала требования о реформах, а цвет интеллигенции, покинув родину, посвятил себя служению ее благу за границей. Представители общества «Новые османы» Али Суави, Кадри, Кемаль и другие в конце 60-х гг. XX века основали в Лондоне две мелкие турецкие газеты: *Muhabir* (Мухабир-Корреспонденция) и *Hürriyet* (Хюрриет-Свобода), в которых они говорили о язвах и печалях своего отечества и разоблачали бездарность и бессовестность первых сановников империи [13, с. 61].

Важнейшей в газете *Muhabir*(Мухабир) была тема конституционно-парламентской реформы османского государства. Газета стремилась обосновать все предлагаемые реформы с помощью мусульманской религии, опираясь на догматы ислама, Коран и шариат. Правительство считало себя обязанным пресекать подобные действия и обеспечивать спокойствие и порядок в стране. Распоряжением соответствующих исполнительных органов было принято решение закрывать газеты и журналы, распространяющие разрушительные идеи и лживые сведения о деятельности правительства и положении страны. Помимо общих идей ограничения султанского самодержавия *Muhabir* выступила с рядом конкретных требований в защиту политических свобод и гражданских прав. Эти требования, будучи по сути своей буржуазными, также облекались в религиозную форму. *Hürriyet* (Хурриет) в свою очередь проповедовала идею того, что мусульманское государство не должно копировать формы правления Запада, а лишь приспособлять их к исламу. Проблемам взаимодействия различных вероисповеданий на территории Османской империи газета уделяла много внимания, но делала это весьма своеобразно [13, с. 73].

К концу 70-х гг. XX века Турция находилась все еще на среднем уровне с точки зрения развития СМИ. [12, с. 59]. Это связано не только с недостаточным в целом развитием радио и телевидения и значительным отставанием прессы, но и неравномерным их распределением по стране. Следовательно, при невысоком в целом уровне развития СМИ в масштабе страны правящему классу в крупных городах как Стамбул, Анкара и Измир удалось установить контроль над сознанием наиболее грамотной, активной и значительной по численности части турецкой молодежи, усилить воздействие идеологии на нее. Оппозиционная газета *İbret* («Ибрет»-Урок) стала самым заметным политическим изданием Турции 70-80-х годов XX века. В ней смело пропагандировались идеи свободы и конституции, патриотизма, просвещения и европеизации. Издатель *İbret* поплатился свободой и был сослан за то, что на ее страницах позволял себе писать о свободе мысли,

суверенитете народа и парламентском управлении. [12, с. 61]. Демократизация политической жизни в стране в конце 80-х годов XX века способствовала появлению таких прогрессивных изданий, защищающих интересы трудящихся, как ежемесячники «Геледжек» (Gelecek, «Будущее»), «Ени ачылым» (Yeni açılım, «Новое открытие»), «Ишчи гюндеми» (İşçi gündemi, «Повестка трудящихся»), «Ени дюшон» (Yeni Düşün, «Новая мысль»), газеты «Адымлар» (Adımlar, «Шаги» [13, с. 75].

От периода увеличилось число молодежных изданий. СМИ заняли особое и ведущее место в системе идейного управления турецкой молодежью со стороны правящего класса Турции. По силе своего влияния они обошли традиционные формы воспитания и стали главным средством распространения в молодежной среде националистических идей. Намык Кемаль, последователь Руссо и Монтескье, считал свободу и самоуправление в рамках закона главным естественным (т.е. дарованным богом человеку) правом. [12, с. 28].

В 1990-е гг. в Турции возникли объективные и субъективные условия для развития частного радио- и телевидения. Наряду с действовавшей ТРТ, тогда возникло множество частных радио- и телевизионных компаний. В результате внесенной 10 июля 1993 г. поправки в 133-ю статью Конституции был положен конец государственной монополии в телевидении [13, с. 87].

Сегодня турецкое правительство заинтересовано в развитии открытого и свободного медиаландшафта в государстве. Основными средствами массовой информации являются пресса и телевидение. Турцию можно отнести к государствам с «сильной газетной традицией», печатные СМИ хорошо развиты и диверсифицированы. Радио имеет потенциал «многопрофильного» СМИ, способного работать как в помещении, так и вне его, в результате чего его аудитория потенциально будет увеличиваться. Однако аудитория традиционного радио (и доля этого вида СМИ на рекламном рынке) находится под угрозой, вызванной развитием цифровых технологий, позволяющих получать любую звуковую информацию. Растет интеграция турецких СМИ в глобальный медийный контекст: активно осваиваются турецкими массмедиа Интернет и мобильная телефония.

В Турции насчитывается около десятка основных национальных и сотни местных ежедневных газет. Крупнейшие газеты, выходящие в Стамбуле: Пример: *Akşam* (Акшам-Вечер) «Созчу» (Sözcü, «Представитель»), «Джумхуриет» (Cumhuriyet, «Республика»), «Сабах» (Sabah, «Утра»), «Гюнеш» (Güneş, «Солнце»), «Миллиет» (Milliyet, «Нация»), «Эни Шафак» (Yeni Şafak, «Новый Рассвет»), «Поста» (Posta, «Почта»), «Дюнья» (Dünya, «Мир»), «Хюрриет» (Hürriyet, «Свобода»); в Анкаре издается «Улус» (Ulus, «Нация»); в

Измире – «Ени асыр» (Yeni Asır, «Новый век»), «Тиджарет» (Ticaret, «Торговля») и др. На английском языке публикуется в Анкаре ежедневная газета «Тюркиш Дейли ньюс» (Turkish Daily News, «Турецкие ежедневные новости»), «Тюркиш Дейли Сабах» (Turkish Daily Sabah, «Утренняя Турецкие ежедневные новости») там же издается «Ньюс пот» (News Pot) на английском, немецком, французском языках, «Адва уль-энба» - на арабском. Наибольшие тиражи имеют газеты «Хюрриет», «Миллиет», «Акшам», «Джумхуриет», «Созчу», «Эни Шафак», «Сабах». Турцию можно отнести к государствам с сильной газетной традицией, печатные СМИ хорошо развиты и диверсифицированы. Несмотря на то, что в настоящее время газеты не демонстрируют заметных темпов роста тиража, экономическое положение турецкого газетного сектора относительно стабильно. По данным турецких статистических агентств (TUIK), в декабре 2020 году входит 4.746 периодических издания, из которых 2.165 являются газетами и 2.581 журналами[168].

Демократизация политической жизни в Турции способствовала появлению различных информационных агентств, в том числе экономические и деловые бюллетени, распространяемые по подписке. Например, свои бюллетени издают Анатолийское информационное агентство Anadolu Ajansı, АА –Агенство Анадолу), которое было учреждено Мустофой Кемалем Ататюрком 6 апреля 1920г. [13, с. 54].

Главное управление по делам печати и информации Турции (Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü-Басын Яйын Енфермасион Мудурлугу) извещает органы государственной власти о событиях национального и международного уровня, напрямую или косвенно связанных с Турцией. Главное управление по делам печати и информации основано 7 июня 1920 г. и является одним из первых государственных учреждений, созданных по приказу Кемала Ататюрка. [13, с. 59]. В задачи Главного управления входят также регулирование отношений с постоянно или временно находящимися в Турции представителями иностранных СМИ, и координирование предоставляемых им услуг и помощи.

Радио и телевидение осуществляется телерадиокорпорацией ТРТ (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu). Трансляция первых регулярных радиопрограмм началась в 1927 году, когда в Анкаре и Стамбуле было установлено по одному передатчику мощностью 5 КВт каждый, после чего Турция стала пятой в мире страной, осуществляющей радиовещание на регулярной основе. Телерадиокорпорация Турции ТРТ была создана 1 мая 1964 г. [12, с. 42]. Учреждение ее придало радио и телевидению публичный и организованный характер. ТРТ в системе СМИ занимает особое место, что оговаривается в Законе под номером 2954,

[169] согласно которому ТРТ, обладающая конституционной автономией, является вещательной структурой, служащей обществу.

Общественное телерадиовещание (англ. public broadcasting) ТРТ осуществляют трансляцию передач по четырём программным каналам (ТРТ-1, ТРТ-2, ТРТ-Хабер и ТРТ-3) и включает в себя радиостанции как регионального, так и провинциального масштаба. Программы предназначены для различных категорий радиослушателей. Программы, транслируемые по ТРТ-1 и ТРТ-2, носят в основном развлекательный и учебно-познавательный характер и предназначены для широкой аудитории, а передачи программы ТРТ-3, транслируемые в диапазоне УКВ (ультракороткие волны) [12, с. 69], являются в большей степени музыкальными и направлены на пропаганду западной и турецкой классической музыки, а также фольклорной музыки различных этнических групп населения. Служба радиовещания ТРТ также включает в сетку вещания выпуски новостей на французском, английском и немецком языках. Кроме того, по программе ТРТ-3 на иностранных языках транслируются литературно-драматические и информационные передачи для туристов. Некоторые из музыкальных программ передаются в диапазоне УКВ в стереозвучании. Корпорация ТРТ выпускает в эфир телевизионные программы как собственного производства, так и приобретенные за рубежом. Цель программной политики – увеличение доли передач собственного производства в жанре хроникально-документальных, аналитических и развлекательных многосерийных передач. Корпорация ТРТ является действительным членом Союза европейских вещательных организаций. ТРТ регулярно участвует в конкурсе песни «Евровидение».

Лишь 31 января 1968 года телевизионная станция в Анкаре приступила к осуществлению экспериментального телевизионного вещания в цветном изображении. Трансляция велась из временно организованной для учебных целей студии через маломощный передатчик и охватывала довольно ограниченную территорию Анкары. Позже в Анкаре и Стамбуле были построены телецентры, и в этих районах стало возможным принимать программы регулярного телевещания[170].

В 1990-е гг. в Турции возникли объективные и субъективные условия для развития частного радио- и телевещания. В результате внесенной 10 июля 1993 г. поправке в 133-ю статью Конституции был положен конец государственной монополии в телевещании. Вслед за этим многие национальные, региональные и местные радио- и телекомпании обратились за регистрацией в Высший совет телерадиовещания. В 2003 г. в законодательство о СМИ была внесена поправка, согласно которой стало возможно

вещание общественных и частных радио- и телеканалов на различных языках и диалектах, традиционно используемых турецкими гражданами [160] в повседневной жизни. Согласно законодательству о СМИ (Закон № 3984) [156], [157] частные радио- и телеканалы в определенной мере обязаны уделять место в эфире программам образовательного и культурного содержания. Кроме того, должны соблюдаться такие условия, как уважение прав человека, контроль программ, которые могут отрицательно повлиять на развитие детей и молодежи, защита и пропаганда турецкого языка и внимательное отношение к нему. Среди частных теле- и радиостанции наиболее популярными являются “ATV-(АТВ)”, “Kanal D(Канал Д)”, “Show Tv(Шов Тв)”, “Star Tv(стар Тв)”, “Ntv(НТВ)”, “Cnntürk(Снн Турк)” И “Fox Tv(фокс Тв)”.

С целью регулирования деятельности в сфере радио и телевидения в 1994 г. в качестве самостоятельного общественного юридического лица был создан Высший совет по радио и телевидению (на турецком: Radyo ve Televizyon üst Kurulu, RTÜK- Радио ве Телевизион уст курулу). В задачи и полномочия Высшего совета входят: выдача лицензий радио и телеканалам, выделение каналов и частот, выдача разрешений на установку и эксплуатацию передатчиков и их контроль, контролирование соответствия радио- и телевидения национальным и международным нормам, применение мер наказания в отношении каналов, чье вещание противоречит нормам, определенным в законе, проведение необходимых опросов общественного мнения для выявления реакций общественности, связанных с радио и телевидением. Высшим советом по радио и телевидению начата кампания, цель которой – защита детей и молодежи от негативного содержания эфира. В рамках кампании (при содействии Министерства образования Турции) принята программа преподавания в школах начального обучения турецким детям и подросткам уроков медийной грамотности. Приостановка вещания в качестве меры наказания по отношению к допускающим нарушение в вещании каналам была упразднена. Вместо нее были установлены санкции в виде предупреждения, приостановки программы и штрафа [156].

Вопрос демократизации в Турции и в 90-ые годы, и сегодня упирается в проблемы глобального характера – вестернизацию и глобализацию. В 90-ые Турция оказывается вовлеченной в процесс вступления в ЕС, который в основе своей предполагает большую либерализацию, уважение прав и свобод человека, меньшинств, снижение роли армии [33].

В Турции право личности на получение информации гарантировано Конституцией. Соответствующие статьи (закон о прессе под номером 5187, вступивший в силу 28 июня 2004 года) предусматривают свободу переписки и ее тайну. К конституционным правам граждан также относятся их права на оглашение или распространение своих взглядов,

свободное изучение науки и искусства. 28-ая статья Конституции гласит, что в Турции пресса является свободной и не подвергается цензуре. 29-ая статья Конституции посвящена правам периодических и временных изданий, 30-ая - защите издательских средств, и 32-ая - правам на ответ и исправление неточностей [167].

В Турции в соответствии с существующим законодательством «любой, кто пишет или публикует новости, или статьи, которые угрожают внешней и внутренней безопасности государства или целостности государства, его территории и народу, которые провоцируют преступления, бунт или мятеж, или направлены на разглашение государственных секретов, и любой, кто публикует или вещает такие новости или статьи в вышеуказанных целях, должен нести ответственность по закону. Распространение может быть приостановлено как превентивная мера по решению судьи или, если задержка покажется пагубной, по решению компетентных властей на основании закона. Власти, приостановившие распространение, должны уведомить судью о своем решении в течение последующих 24 часов. Указ о приостановлении распространения теряет законную силу, если не будет поддержан компетентным судьей в течение 48 последующих часов...» [167].

С целью создания для прессы демократических свобод, соответствующих международным правовым нормам, прежде всего, Европейскому договору о правах человека (конвенция о защите прав человека и основных свобод), был подготовлен новый Закон о прессе под номером 5187[167], вступивший в силу 28 июня 2004 года. Вот его основные положения:

- В соответствии с поправкой к 28-й статье Конституции Республики Турция, еще раз отмечено и закреплено, что пресса является свободной. Ограничения в использовании данной свободы не могут противоречить нормам демократического общества;
- Обнародование любой информации в СМИ не может повлечь наказание в виде лишения свободы;
- Денежные наказания, учитывая принцип сдерживания, определены на рациональном уровне;
- Периодические издания, учитывая территорию распространения, разделены на местные, региональные и национальные. Размеры денежных штрафов для них определены в зависимости от типа издания;
- Учредителем печатного издания может стать любой человек, проживающий на территории Турции (ранее обязательным условием являлось обладание турецким гражданством);

- Уточнен пункт о владельцах периодических изданий. В соответствии с решением Европейского суда по правам человека упразднено различие между местными жителями и иностранцами;
- Ответственность за опубликованные материалы ложится на автора публикаций;
- Авторы публикаций и владельцы газет не обязаны раскрывать источник информации;
- Редакция издания имеет право на опровержение и исправление собственных материалов;

Однако в законе по-прежнему не оговорены запреты на такие меры наказания, как препятствование распространению и насильственное изъятие тиража, конфискация оборудования и закрытие издания. Республиканской генпрокуратурой было предусмотрено, что в исключительных случаях изъятие возможно, но для этого должно быть начато судебное расследование и иметь место весомое доказательство, свидетельствующее о содержании в публикации правонарушений, оговоренных в законе.

В 2000 годах Турция пережила всплеск реформаторских инициатив, направленных на либерализацию административно-политической системы, расширение гражданских прав и свободы слова, улучшение положения этноконфессиональных меньшинств. Эти процессы масштабного внедрения демократических принципов в политическую систему, культуру, стиль повседневной жизни и т.д. выстраивались в соответствии с требованиями и рекомендациями ЕС по укреплению демократии и защите прав человека которые должны были приблизить Турцию к модели западной либеральной демократии [129].

Партия справедливости и развития (ПСР) президента Турции Реджепа Тайипа Эрдогана, пришедшая к власти в 2002г. и имеющая абсолютное большинство в парламенте, приняла требуемые ЕС законы и юридические нормативы. Их реализация, однако не последовала - на деле был сохранен старый порядок вещей.

Отношения президента Турции Реджепа Тайипа Эрдогана с прессой никогда не отличались теплотой, однако за последнее десятилетие уровень противостояния власти и СМИ перешел все привычные границы. Ведущий медиа-аналитик Комитета защиты журналистов (СРЖ) Нина Огнянова (Нью-Йорк) отмечала в 2016 году, что в последнее время имеет место тенденция прямого вмешательства правительства и, особенно Эрдогана, в редакционную политику СМИ — через собственников [218].

Платформ независимой журналистики Expression Interrupted сообщил, что в 2018 году в стране 175 турецких оппозиционных журналистов находится в тюрьме [171]. На сайте перечислены имена всех журналистов, которые находились в тюрьме после попытки переворота в июне 2016 года. По мнению платформа независимой журналистики Expression

Interrupted, "голос оппозиции в турецких СМИ заставляют молчать, а журналистика находится под давлением и цензурой». Таким образом, в современной Турции дело не в отсутствии независимых СМИ – они есть, а в прямом и косвенном давлении, которые власть проявляет в отношениях с журналистами.

Турецкая ассоциация журналистов (GCD) в отчете за 2020 отмечается, что пандемия века и правовые события в течение года усугубили тупик, в котором оказались СМИ Турции. Согласно опросу профессиональной оценки, только 9% журналистов заявили, что считают данные, предоставленные официальными источниками относительно эпидемии, достоверными. Каждому второму журналисту угрожали. Каждый четвертый журналист подвергался физическому насилию. 1 из каждых 5 журналистов был арестован и предан суду без задержания. У 1 из каждых 6 журналистов продолжается судебный процесс. Согласно статистике «19 самых тиражируемых газет в основных СМИ», 80% печатных изданий являются прямо проправительственными. 90% основных телеканалов составляют каналы, ведущие проправительственные передачи. Газетам еще предстоит оправиться от 30-процентного падения продаж газет после пандемии. [174].

Согласно рейтингу свободы прессы, за 2020 год, составленному международной правозащитной организацией RSF Турция занимает 153 из 180 исследованных стран в мире [149],

По результатам опроса общественного мнения, институт по изучению журналистики Агентство Рейтер (Reuters Institute for the Study of Journalism / Digital News Report 2018) [160] в Оксфордском университете опубликовал в 10 июня 2018 г. ежегодное исследование Digital News Report, согласно которому 40% турецких граждан не доверяют новостям. Этот результат впервые превышает процентное соотношение людей, считающих что СМИ говорят правду (38%). Растущий уровень недоверия, по данным исследования, показывает степень поляризации СМИ в стране. Результатом этого явилось то, что Турецкие проправительственные средства массовой информации, такие как Sabah, ANhaber, NTV, Star TV и государственная Телерадио корпорация TRT, заслужили самый низкий процент доверия (33%) турок, в то время как занимающим более критическую позицию FOX, Cumhuriyet и Sözcü доверяют больше (43%). Факторы, которые в наибольшей степени влияют на уровень доверия населения СМИ в стране, относятся к журналистам базовым этическим стандартам журналистики — точное и объективное освещение событий, освещение разных точек зрения на происходящие события.

Согласно исследованию Верховного Совета по радио и телевидению Турции (RTÜK) в 2018 года [161], среднестатистический человек в Турции проводит около трёх с половиной часов в день за просмотром телевизора. Средняя продолжительность просмотра

телевизора в будние дни составляет 3 часа 34 минута, в выходные дни эта цифра возрастает до 3 часов 45 минут. В докладе поясняется, что по мере повышения уровня образования уменьшается время, затрачиваемое на просмотр телевизора. Данные также показывают, что чем старше человек, тем чаще он смотрит новости по телевизору. Участники в возрасте 15-24 лет чаще смотрят телевизор со своих смартфонов, показывает исследование. По мере увеличения возрастного диапазона увеличивается количество дней, в течение которых участники смотрят телевизор. В докладе указывается, что самым популярным типом программ являются новости, затем идут турецкие сериалы и, наконец, спортивные программы. Согласно данным, полученным от участников исследования, женщины чаще смотрят новости и сериалы, в то время как мужчины в основном смотрят спортивные программы и панельные дискуссии. Данные исследования также показали, что тремя любимыми телевизионными каналами являются ATV, турецкая радио- и телекорпорация, также известная как TRT, и Fox TV. Если сравнивать с условиями пятилетней давности, то 25,6% участников заявили, что телевизионная индустрия стала лучше, а 22,7% – хуже.

Согласно недавнему исследованию, проведённому компанией Television Watching Research Company (TIAK) [133], турки в 2020 году в среднем смотрели телевизор 4 часа 33 минуты, что намного выше среднемирового показателя в 2 часа и 54 минуты. Соответствующий показатель для Европы составил 3 часа 54 минуты, отмечает в исследовании. В исследовании отмечается, что в будние дни люди проводили больше времени перед телевизором в основном по средам, в то время как в выходные они делали это по воскресеньям. Издание указывает, что просмотр телевизора в основном приходился на промежуток между 20:00 и 23:00 часами вечера по местному времени. «Люди проводили больше времени перед телевизором из-за пандемии COVID-19. Количество часов, в течение которых люди смотрят телевизор, увеличилось до шести часов в апреле, когда были введены ограничения по сдерживанию вируса», — сказал Юмит Онал, председатель правления TIAK. Вместе с тем количество часов, потраченных за просмотром телевизора в 2019 году было на 19 минут меньше, чем в прошлом году. В статье говорится, что самыми просматриваемыми программами в прошлом году стали телесериалы — 29% и детские телешоу — 21,1%. В ходе исследования также было установлено, что в десятку самых популярных программ в 2020 году вошли 25 турецких телесериалов, транслируемых в 11 странах. Согласно отчёту, в 77% стран мира люди смотрели телевизор больше, чем в предыдущем году, при этом Румыния возглавила список с 5 часами 44 минутами, а Исландия оказалась внизу с 1 часом 16 минутами. По словам Онала, пандемия стала причиной увеличения времени, которое турки проводят перед своими телевизорами. Кроме того, апрель 2020 года стал месяцем, в течение которого время, проведённое за просмотром

телевизора, достигло максимума — шесть часов в день, отметил он. «Из-за пандемии коронавируса среднее время просмотра телевизора увеличилось с 19 минут до 4 часов 33 минут», — добавил Онал. «Рост числа ежедневных случаев заражения COVID-19, блокирование и комендантский час, несомненно, повлияли на время, отведённое на просмотр телевизора», — подчеркнул Онал. Между тем, в воскресенье 29 марта 2020 года, турки провели около 6 часов 48 минут перед телевизором, побив самый высокий дневной рекорд. Согласно исследованию, август 2020 года стал месяцем, когда турки меньше всего смотрели телевизор. В статье отмечается, что опрос проводился с участием около 10 тыс. человек примерно в 40 из 81 провинции Турции.

Сравнительный анализ данных исследований с 2018 по 2020 годам в подростковых и молодежных группах показывает, что: 1) Голубой экран остается все же самым популярным средством массовой информации. турки – почти не читающая нация: женщины берут в руки книгу минут на 5 в день, а мужчины – на 4 (средний показатель). Более всего предпочитают отдыхать дома, лежа на диване у телевизора; 2) дети от 6 до 15 лет тратят большую часть своего времени на учебу, развлечения и сон. Телепередачи дети смотрят меньше взрослых почти в два раза. Они предпочитают поиграть в компьютерные игры и посещают интернет-сайты на телефоне или планшете параллельно с просмотром телепередач.

Социологи утверждают, что турецкие пользователи Интернета имеют наиболее низкие навыки работы с информацией. Это умение определяет общий уровень медиаграмотности. Рецепт социологов, таким образом, очевиден: повышать медиаграмотность следует, прежде всего, путем расширения доступа к Интернету и распространения навыков его использования. Особенно это касается приобщения к Интернету взрослого населения. Молодежь, как показывает практика, успешно обучается сама. [135].

Бесспорно, наблюдается рост числа пользователей Интернета, причем специалисты заявляют о том, что прирост пользователей в подростковой и молодежной возрастных группах вскоре прекратится, поскольку так или иначе сегодня почти вся молодежь, живущая в регионах с развитыми коммуникациями (Стамбул, Измир, Анкара, Анталия), пользуется Интернетом. Вместе с тем важно заметить, что несмотря на то, что турецкая молодежь посещает не только и не столько новостные интернет ресурсы и не СМИ в Интернете, свобода интернета в Турции находится на низком уровне. Согласно исследованию Freedom on the Net (<https://freedomhouse.org/report/freedom-net>) , который содержит ранжированную оценку онлайн-свободы по странам, глобальный обзор последних событий, а также подробные страновые отчеты, свобода интернета в Турции,

например в 2020 году, была оценена 34 пунктами из 100 возможных. В итоге интернет в Турции был признан несвободным

В период активного распространения компьютерных технологий и возрастания их популярности среди пользователей, в условиях высокой адаптированности нового поколения к технологическим новшествам, отчасти можно согласиться с аналитиками, предрекающими печальное будущее традиционным информационным ресурсам – телевидению, радио и особенно печатной периодике, и вслед за экспертами констатировать снижение числа читателей. Одновременно проблема защиты человеческого сознания от манипулирования средствами массовой информации постоянно обостряется. Здесь имеется в виду важность воспитания активных свободно мыслящих граждан, формирование общения с масс-медиа, которая будет в будущем успешному функционированию турецких граждан в информационном обществе. В этих обстоятельствах особую актуальность приобретает вопрос о медиаобразовании Турции.

Использование английских терминов «media education», «media literacy» «information literacy» в турецком языке [164] при дословном переводе обнаруживает очень сильную связь с общепринятой концепцией «грамотности» и аналогии с элементарными навыками письма и чтения. Вот почему преподаватели средних и высших учебных заведений предпочитают термин **Medya Okuryazarlığı** («развитие информационных навыков и умений»), то есть акцент делается на процесс освоения информационной грамотности. Вот почему в исследованиях и публикациях о медиаобразовании доминирует термин «информационной грамотности.» (Medya Okuryazarlığı) как наиболее емкое интегративное понятие в сфере информационной подготовки [28, p. 5]

Медиаобразование в Турции находится на этапе становления [28, p.5]. Первые действия в этом направлении произошли в начале 2000 годов. Тогда оно было сфокусировано на школьном и профессиональном образовании. Медиаобразование часто включено в школьные образовательные программы, программы дополнительного профессионального образования или в разовые проекты и акции. По мнению турецкого педагога, G.Treske (Г.Треске), [28, p.14] потенциал медиаобразования Турции заключается в индивидуальном добровольном освоении учащимися современных средств массовой информации, их ценностях и проблемах. Как следствие происходит социальная адаптация, гражданское воспитание и культурное развитие индивидуальности.

Некоторые турецкие медиапедагоги Z.Avşar(З.Авшар)[3], Ç.Alagözlü(Ч.Алагозду)[1], G.Treske(Г.Треске)[28], N.Ö Taşkıran(Н.О Ташкыран[27], M.Gün(М.Гун) & İ. Kaşa (И кая)[10] и др.) считают, что медиаобразование в Турции представляет собой «педагогическую систему», позволяющая использовать современные

методики и технологии (формирование коммуникативной компетенции, аудиовизуальной и информационной грамотности) на основе мировоззренческих позиций (развитие критического мышления, выработка собственных концепций на базе информационных потоков, передаваемых по различным каналам связи с помощью постоянного взаимодействия профессиональных средств массовой информации) [1, с.22]. Перспективы развития медиаобразования рассматриваются исследователями и педагогами в двух направлений [60]. Первое заключается в национальном правительственном подходе (RTÜK - Высший совет по радио и телевидению Турции & МЕВ - Министерства образования Турции) [1, с. 69]. Сторонники такого развития придерживаются мнения, что целью государственной политики в области медиаобразования является создание условий для повышения уровня медиаграмотности граждан в соответствии с запросами и требованиями информационного общества, приобретения навыков более эффективного и безопасного пользования СМК, критического восприятия информации и включения в процесс производства медиаконтента.

Турецкий государственный подход к организации массового медиаобразования, основанный на признании медиаграмотности (критической грамотности в отношении медиа) в качестве ключевой компетенции XXI века, свидетельствует об официальной политике государства в поддержку массового медиаобразования и о развитии этого движения на национальном уровне. Данный подход также нацелен на интеграции медиаобразования в систему формального образования на всех его ступенях и на развитии факультативного медиаобразования на протяжении всей жизни [27, с.43]. Это направление массовой медиаобразовательной деятельности в Турции представляют интерес для дальнейшего развития отечественной медиа педагогики.

Второе направление в развитии медиаобразовании предусматривает внедрение западных стратегий. Сторонники этого направления, в частности, специалисты Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (Ассоциации Турецких Журналистов), полагают, что познание медиакультуры нынешним молодым поколением Турции связано с потоком западной или американской информационной продукции. Президент Союза ассоциации журналистов Orhan Eriņç (Орхан Эринч) и директор British Council Turkey Chris Brown (Крис Броун) подчеркивают, что разработка государственной политики в данной сфере должна сопровождаться активизацией усилий по выработке единых понятий, подходов и позиций. Изучение любого опыта, в том числе зарубежного, всегда важно и необходимо, так как позволяет избежать тупиковых направлений медиаобразовательной теории и практической деятельности, изучить передовые наработки [6, с. 27-31].

В последние два десятилетия наибольшее предпочтение было отдано первому направлению, т.е. государственному медиаобразованию. Так, в 2003 году вопрос «medya okuryazarlığı» был рассмотрен на заседании Совета работников радио и телевидения с целью способствования социальному и индивидуальному образованию и культуре и ненанесения вреда психическому здоровью аудитории СМИ [27, с.12]. Тогда же Министерство образования и Высший Совет по радио и телевидению (RTÜK) в сотрудничестве с различными организациями гражданского общества, со средствами массовой информации и с рядом университетов подготовили совместное заявление о значении повышения медиаграмотности. Решения педагогического совета Министерство образования №1 от 20-21 февраля 2003 г. Года был определен статус факультативного курса медиаобразования «как обучение, направленное на развитие социальной компетентности, критического и вдумчивого отношения к медиа с целью воспитания гармонически развитых студентов, способных формировать собственное мнение на основе доступной им информации» [1, с.17].

Несмотря на то, что интеграция медиаобразования в учебный план школы была существенным шагом вперед, некоторые турецкие медиапедагоги и эксперты сочли это событие незначительным достижением. В 2004 году Министерство по делам семьи и социальной политики и RTÜK разработали проект «Факультативный курс медиаобразование» по повышению медиаграмотности в школах, в результате чего совместно с Министерством национального образования было принято решение ввести в школьную программу Факультативный курс по медиаграмотности [28, с.15].

Одновременно начал свою работу портал MEDYA OKURYAZALIĞI «Медиаобразование и медиаграмотность». Это интерактивная платформа для общения медиапедагогов для содействия открытости и публичности процессов в медиаобразовательной среде (<https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/>). Структура портала включает специальные разделы – для учителя средней школы (с градацией по группам классов), для преподавателей вузов и для медиапотребителей. Создана карта медиаобразовательных инициатив в Турции. На портале размещаются новости медиаобразования, постоянно обновляется электронная библиотека. MEB и RTÜK аккумулируют новости различных локальных центров и помогают распространить их через портал, социальные площадки и в сети медиапедагогов, библиотекарей, общественных активистов.

Медиаграмотность как ключевая компетенция каждого гражданина страны стала основной целью медиаобразования, закрепленное в национальном учебном плане и ставшее частью некоторых обязательных предметов школьной программы

(интегрированное медиаобразование) [1, с. 15]. Это утверждение в большей степени относится к учебным заведениям, расположенных в Стамбуле и других крупных городах страны (Измир, Анкара, Адана, Анталия, Трабзон, Эрзурум). Живущие люди в этих регионах с разветвленными коммуникациями развивают свои навыки в медиаобразовательных центрах, киностудиях, творческих мастерских, школ, университетов.

Собственно, медиаобразовательная деятельность в учебных заведениях начала реализовываться с 2006/2007 учебным годом. Тогда в пяти начальных школах Адана, Анкары, Эрзурума, Стамбула и Измира 780 учащихся седьмого класса прошли курс информационной грамотности в качестве факультативного. Начиная с 2007/2008 учебным годом курс по медиаграмотности был введен как факультативный для учащихся с шестого по восьмой классы уже во всех образовательных учреждениях Турции [28, с. 23]. Этот процесс в последующие годы охватил и другие категории информационных потребителей, прежде всего молодежи, формируя у нее критического отношения к медиа и развивая у нее качеств креативного (творческого) пользователя СМИ в дальнейшей жизни [3].

На практике турецкий педагогический подход к медиаобразованию обеспечивает решение следующих задач: 1) помочь учащимся освоиться в многообразном мире медиа, стать уверенным медиапользователем (практический подход); 2) расширить кругозор учащихся, познакомить их с различными видами и жанрами медиа, с произведениями медиакультуры, развивать медиаторчество с целью саморазвития и самовыражения студента (культуро-логический подход); 3) обучить юную аудиторию и их родителей правилам безопасности при взаимодействии с различными медиа, повысить информационную грамотность населения; 4) развивать у учащихся критическое отношение («критическую автономию») к продукции масс-медиа; умения анализа, оценки и интерпретации медийной информации (критический подход в сочетании с семиотическим)[117, с. 29, 67, 78, 83,94].

В Турции большую роль в развитии медиаобразования и медиаграмотности играет RTÜK (<https://www.rtuk.gov.tr>), особенно после подписания соглашения с Министерством образования. Для привлечения внимания учащихся к возможности изучения такого предмета на многих национальных телеканалах транслировался специальный ролик, а в школах были созданы медиа-клубы. RTÜK провел серию исследований по влиянию медиа на общественное мнение, оказывал и оказывает поддержку исследованиям в области медиаобразования (организация конференций, в т.ч. – международных). Им был подготовлен и реализован проект Akilli İşaretler («Умные Знаки») [60, с. 174-176], направленный на повышение информированности родителей о том, как защитить детей от

негативного влияния масс-медиа, особенно телевидения. В рамках введения системы обозначений был реализован проект *İyi uykular çocuklar* («Спокойной ночи, дети»). Ровно в 21:30 на экранах появляется картинка «Tele» — логотип системы «Умных знаков». Это эффективное средство напоминания детям о том, что пора идти спать. Также в это время демонстрируют ролики, в которых известные люди объясняют детям необходимость раннего отхода ко сну. Согласно правилам использования, накладываются следующие ограничения: передачи «13+» могут транслироваться только после 21:30, «18+» — после 24:00. На группы «16+» и «18+» распространяются временные ограничения, их можно транслировать с 21:00 до 07:00 и с 23:00 до 04:00 соответственно. В настоящее время реализуется и проект по использованию Интернета – *Çocuklar için güvenli İnternet* («Интернет-безопасность для наших детей»).

Социологическое исследование «Внедрение медиаобразования и медиаграмотности в общеобразовательных школах Турции», которое проводилось по заказу RTÜK & MEB в 2017 году показало, что в школах наиболее распространенная форма обучения медиаобразованию/медиаграмотности, является обязательный урок – два учебных часа в неделю. На это указали 64 % опрошенных. 32% респондентов сказали, что школьные медиа: газеты, радио, интернет-страницы были главными формами медиаобразования. Инициированные учителями-энтузиастами, они стимулируют творческий потенциал учащихся, учат создавать свои собственные медиапродукты, параллельно развивая медиаграмотность. 13 % и 15 % опрошенных соответственно назвали кружки и факультативное медиаобразование учеников как наиболее эффективными формами, Это же исследование показало, что прошедшие медиаобразование учащиеся более (1) мотивированны в освоении и развитии информационной грамотности, (2) менее склонны изменять свои привычки, мнение и поведение (3) мотивированы на развитие и применение информационной грамотности в учебной и когнитивной деятельности [10].

Таким образом, турецкое медиаобразование, организованное государственными институтами, носит преимущественно педагогический характер. Министерство образования и RTÜK, соотнеся медиаграмотность с программами обучения, ставят акцент на развитие критического мышления, создают предпосылки не только для расширения полученных учащимися знаний, но и на усилении развития критического анализа средств масс-медиа. На наш взгляд, турецкое медиаобразование, выйдя в дальнейшем из зачаточного состояния, обретет большую социальную эффективность при условии, что оно станет достоянием различных категорий потребителей информации на протяжении всей жизни.

1.2. Актуальность развития медиаобразования в республике Молдова

27 августа 1991 республика Молдова провозгласила свою независимость. Тогда, как и многие постсоветские республики, Молдова провозгласила курс на строительство свободного демократического общества. Достижение этой цели, впрочем, стало задачей не из легких. По мнению президент фонда «Молдова» Влад Спану «сегодняшняя Молдова ассоциируется с высокими показателями коррупции в высших эшелонах власти, политической нестабильностью, сепаратистским конфликтом и иностранными войсками на своей территории. Все это вносит вклад в тот факт, что Молдова является беднейшей страной в Европе. Никто не будет спорить с тем, что сейчас люди в Молдове обладают большей свободой, чем перед обретением независимости – это свобода передвижения, свобода самовыражения, свобода выборов. Таким образом, можно сказать, что сейчас граждане Молдовы живут лучше, чем они жили 20 лет назад. Однако некоторые из более пессимистично настроенных граждан говорят, что за последние 20 лет Молдова упустила массу возможностей, сравнивая Молдову с балтийскими соседями – Эстонией, Латвией и Литвой» [198].

В переходный период граждане проявляли особый интерес ко всему, что можно было считать новым веянием в обществе. Переход к информационному обществу в Республике Молдова [83, с. 3] - это постепенный и сложный процесс, связанный с культурными, социальными и политическими процессами в стране. Слабое экономическое развитие Молдовы определяет экономическую составляющую и медиа сферы страны. СМИ вынуждены работать в условиях тяжелого экономического положения в стране, политического кризиса, нарастании проблемы языка и национального взаимодействия, и все это в рамках жесткой геополитической игры в регионе [83, с. 4].

По мнению молдавского исследователя Константина Марин, (Constantin Marin) в первые три десятилетия независимости Республики Молдова местные СМИ познали, как «количественные приливы и отливы, так и существенные качественные прогресс и регресс». В целом, по его мнению, национальные масс-медиа развивались в парадигме противоречий: бестрастное отражение действительности соседствовало с политически пристрастным освещением текущих событий, плюралистический подход сосуществовал с идеологически ангажированными СМИ. Все это, в конечном итоге, привело к тому, что «полученный медиа-микс спровоцировал в значительной степени смятение масс-медиа и потребителей информации, которое вылилось в большей их части в подчинении властных структур» [17, с.287].

Директор Центра независимой журналистики-ЦНЖ (CJI) Надин Гогу (Nadin Gogu) считает, что о значительном регрессе говорить нельзя, однако в молдавских медиа уже не

один год наблюдается стагнация. «Происходит монополизация рынка, а патроны постоянно вмешиваются в редакционную политику медиа», — уточнила Гогу. По ее мнению, такая ситуация сказывается на качестве материалов. «Когда работаешь по заказу, уже не интересуют профессиональная этика и стандарты. Главное, чтобы заплатили, и можно было работать дальше», Она считает, что «среди журналистов нет солидарности: они борются друг с другом вместо того, чтобы объединяться и лучше следить за действиями властей» [207].

Профессор Катрин Фольтмер (Университет Лидса, Великобритания), анализируя состояние СМИ Восточной Европы, отмечала: «Быстрая коммерциализация считается самой распространенной причиной слабой демократии в медиа. Так, рыночные императивы и поиск прибыли превалируют над служением публичным интересам. Медиа также часто подвержены критике, так как держатся слишком близко к власти, являясь их «сторожевыми псами» (watchdog). Политическая журналистика содержит слишком много мнения для сбалансированного «гейткипинга» [31, p. 33].

Международное сообщество, особенно Евросоюз, призывает Молдову к содержательному проведению необходимых реформ в целях гарантии полной свободы СМИ и плюрализма в обществе. Впрочем, международные эксперты полагают, что ситуация ограничением доступа к информации остается проблемой и препятствием для участия граждан в процессе принятия решений. Это связано с отсутствием комплексного механизма по строгому внедрению законодательства о доступе к информации. Это мнение высказала бывшая председатель Комитета по сотрудничеству ЕС – Республика Молдова Марианне Микко (Marianne Mikko) в ходе одной пресс-конференции: «Молдавские средства массовой информации подвергнуты критике за подчиненность перед структурами власти и в нарушении деонтологических принципов равенности, равновесия и объективности. По этой причине, я считаю, что необходимая реформа должна быть начата немедленно, так как на протяжении тех пяти лет, сколько я мониторирую эволюции в Республике Молдова, я не заметила какого-либо прогресса в этом направлении. Владельцы государственных и частных СМИ продолжают поддерживать внутреннюю самоцензуру. Также многие журналисты избегают писать на спорные темы, которые могут стоить им работы, особенно, при расследовании дел о коррупции в высших органах власти» [191, с. 19].

По мнению молдавского исследователя медиа Виктора Готишана, местные СМИ стали своего рода аксессуаром для политиков, а журналисты – ни больше и ни меньше, чем их заложниками. Классическая миссия СМИ – информировать общество – отошла на задний план. Теперь создание реальности, диктуемой владельцами, более важно, чем

классические ценности журналистики – достоверность, беспристрастность, источники и профессиональная этика в целом. В Молдове ньюсмейкером является владелец СМИ, а новости создаются не на основе событий, а на основе его собственной повестки дня [180, с. 18].

Надин Гогу отмечает что за последние десять лет, политики и влиятельные бизнесмены усилили контроль над молдавской прессой. Самые влиятельные средства массовой информации (СМИ), особенно среди телевизионных станций, являются политически аффилированными или фактически принадлежат политикам. Они оказывают значительное влияние на общественный дискурс, поскольку собственные интересы их владельцев зачастую определяют темы, которые они освещают; они часто не связаны с проблемами и потребностями молдавских граждан и общества в целом. Отсутствие профессионализма и проблемы качественного характера, в том числе манипулирование, дезинформация и пропаганда, широко распространены в медиа-среде Молдовы. Это подрывает доверие к СМИ и, повышая уязвимость граждан к манипуляции, отрицательно сказывается на потенциале демократических преобразований в стране[87].

На основании данных о владельцах-бенефициарах телеканалов и радиостанций, доступных на веб-сайте Совета по телевидению и радио, в 2019 году насчитывалось не менее 4 групп поставщиков аудиовизуальных медиауслуг с более или менее очевидными связями с миром политики [179, с. 3-4]. Следует, однако, иметь ввиду, что эта классификация изменчива ввиду того, что рынок медиа услуг в Молдове быстро меняется, особенно под воздействием политических перемен.

Так, до середины 2019 года, когда у власти находилась Демократическая партия Молдовы (ПДМ) (рум. Partidul Democrat din Moldova), первая группа поставщиков аудиовизуальных медиауслуг состояла из нескольких национальных и региональных поставщиков медиауслуг («Prime TV», «Publika TV», «Publika FM» и «Muz FM»), владельцем которых был тогдашний лидер ДПМ Влад Плахотнюк. Другие СМИ, такие как «Canal 2» и «Canal 3» (также с национальным покрытием), «СТС Mega», «Familia Домашний», «Maestro FM», хотя формально имели других бенефициаров, фактически негласно примыкали к одному и тому же владельцу– председателю ПДМ. Об этом говорит и тот факт, что данные медийные учреждения имеют общий юридический адрес, а их штаб-квартиры находились в здании, связанном с именем председателя ДПМ.

Вторую группу медиа в 2019 году представляли региональные поставщики медиауслуг «Accent TV» (владелец-бенефициар Вадим Чубара), «NTV Moldova» и «Exclusiv TV» (владелец-бенефициар Корнелиу Фуркулицэ). В этом случае юридические адреса последних двух каналов совпадают, а «Exclusiv Media» SRL, которое управляли

обоими каналами, руководил также газетой «Aif Moldova». Вадим Чубара являлся близким другом президента Игоря Додона, а Корнелиу Фуркулицэ был депутатом от ПСРМ (Партия социалистов Республики Молдова (рум. Partidul Socialiștilor din Republica Moldova) в предыдущем Парламенте.

В третью группу вошли «Orhei TV» и «Центральное телевидение» (владелец-бенефициар Рита Цвик) – региональные поставщики медиауслуг, управляемые одним и тем же лицом и находящиеся по одному и тому же юридическому адресу. Данная группа была близка к Партии Шор (Partidul politic Șor).

Телеканал «Jurnal TV», в свою очередь, представлял четвертую группу поставщиков аудиовизуальных медиауслуг с политическими связями (владелец Виктор Цопа - бизнесмен, находящийся за пределами Республики Молдова, открыто заявивший о своих политических симпатиях к Андрею Нэстасе, лидеру Политической Партии Платформа «Достоинство и Правда» (Partidul politic Platforma ”Demnitate și Adevăr”).

Автор исследования, эксперт в области СМИ, в то время преподаватель факультета журналистики Государственного университета Молдовы Анета Гонца отмечала, что проблема концентрации в области СМИ в Молдове напрямую и глубоко связана с политическим миром, на что прежде всего обращают внимание международные доклады, и что заметно уже невооруженным глазом. Политические интересы собственников диктуют правила игры как по поправкам в законодательство, которые могут быть (и) целесообразными, устанавливая пределы по предупреждению концентрации, так и в фактической деятельности медиа учреждений и рынка в целом. Пока в данной области будет царить такое представление о роли масс-медиа в демократическом обществе, «свободный рынок идей» будет иметь ограниченные шансы на действительное развитие в РМ [179, с. 5].

После прихода к власти новых политических формирований «медиа-империя, построенная бывшим лидером Демпартии Владимиром Плахотнюком», потеряла свое влияние, однако ее сменила другая медиа группа, связанная с пророссийской Партией социалистов, писал в свое время интернет сайт newsmaker.md (<https://newsmaker.md/rus/novosti/hozyain-media-kak-v-moldove-za-god-perekroili-rynok-smi/>).

Процесс перекройки медиа пространства по политическим мотивам в РМ получил продолжение и в последующие годы, Молдавские политики (как и турецкие, по нашему мнению), постоянно вмешиваются в редакционную политику СМИ, что противоречит созданию здорового и свободного медиаландшафта РМ.

Журналистика в Молдове заметно геополитизирована. Существуют прозападные и провосточные СМИ. Такого мнения придерживаются многие журналисты, опрошенные в

ходе исследования потребностей СМИ в Молдове в 2017, проведенного Центром независимой журналистики (ЦНЖ): «...Пресса в Молдове контролируется и разделена на прозападную и пророссийскую. Между тем, контролируемые СМИ превращаются в источник манипулирования массовым сознанием. Это делается в целях влияния на общественное мнение и подачи потребителю того, что нужно заказчикам» [180, с. 18].

СМИ Молдовы не хватает плюрализма, особенно в области теле- и радиопередач. Они в большей части задействованы в манипулировании общественным мнением и пропаганду, проводимые политическими формированиями. Это подрывает их независимость и качество выпускаемого ими контента. Регулирующий орган, отвечающий за контроль и лицензирование вещательных масс-медиа, по мнению местных экспертов, в действительности не выполняет свою роль гаранта общественных интересов. Также, большинство независимых СМИ финансово уязвимы, а рекламный рынок мал и сосредоточен в руках нескольких политиков [87, с. 5].

Молдова больше не относится к группе стран с «несовершенной демократией». Это следует из мирового рейтинга развития демократии Democracy Index 2018, который ежегодно составляют эксперты британского издания Economist Intelligence Unit. Согласно мирового рейтинга за последний год Молдова опустилась еще на одну строчку Democracy Index и оказалась на 79 месте из 167 стран мира, набрав 5,85 балла (в минувшем году — 5,94). Она сохранила за собой статус страны с «гибридным режимом» правления. Падение рейтинга Молдовы связано с изменением одного показателя — «обеспечение выборного процесса и политического плюрализма» [183].

Мониторинг СМИ 195 стран, среди которых была и Республика Молдова, осуществленный Freedom House в последние почти три десятилетия, показал, что молдавские масс-медиа в период с 2003 по 2009 годы были несвободными, а в остальные годы — частично свободными. Данная оценка очень близка с той, которую СМИ РМ получили и в других проектах по мониторингу масс-медиа — *Nations in Transition*, International Research & Exchanges Board (IREX (/ Reporters sans Frontieres [17, с. 229-235]. По прогнозам Freedom House, ближайшие годы станут для Молдовы «поворотным»: власти либо начнут реализовывать антикоррупционные и судебные реформы, либо продолжат укреплять авторитарный режим [148].

Молдова, по результатам мирового рейтинга развития демократии Democracy Index² одно время входила в список стран с «гибридным режимом». Исполнительный директор

² Download the report “Democracy Index 2021 to view the list of countries by democracy index . [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.eiu.com/n/democracy-index-2021-less-than-half-the-world-lives-in-a-democracy/>

Asociația pentru Democrație Participativă “ADEPT” (Ассоциации за демократию участия (ADEPT) Игорь Боцан в этом смысле отметил, что характерная особенность стран с «гибридным режимом» — это имитация демократических процессов. «Иными словами, государственные институты власти, которые должны выполнять свои функции, есть у нас только формально. Например, в Молдове НПО, которые критикуют власть. Правительство сетует на то, что они финансируются за счет грантов из-за рубежа. При этом само правительство всеми силами пытается получить финансирование из-за рубежа. Такое вот гибридное отношение», — сказал эксперт. По его словам, «хороший режим гибридным не назовут» — отметил Боцан [217]. В 2020 году Молдова наряду с двумя странами Восточной Европы — Черногория и Северная Македония — улучшила свой статус с «гибридного режима» до «несовершенной демократии»

Конституция Республики Молдова (1994) гарантирует каждому гражданину свободу мысли, мнений, а также свободу публичного выражения посредством слова, изображения или иными возможными способами (ст.32). Она также предусматривает право граждан на свободный доступ без ограничений к любой информации, касающейся общественных дел, без ущерба мерам, направленных на защиту граждан или национальной безопасности. Средства массовой информации, как государственные, так и частные, обязаны обеспечивать достоверное информирование общественности. Они не подвергаются цензуре (ст.35). Первые принятые впоследствии законодательные акты в той или иной степени конкретизируют и развивают конституционные положения.

Так, Закон о печати (1994)), разработанный в соответствии с Конституцией, определил в духе свободы печати нормативные рамки для деятельности газет и журналов, а также информационных агентств, а также впервые утвердил право любого юридического лица Республики Молдова, а также физического лица, являющегося гражданином Республики Молдова, на учреждение периодических изданий и агентств печати независимо от их организационно-правовых форм (ст. 1).

Вместе с тем необходимо отметить, что первые законодательные акты в области СМИ менее всего касались политического плюрализма, социального и культурного многообразия. Эти стороны деятельности масс-медиа нашли разработки в кодексах электронной печати, принятые в первые два десятилетия XXI века. 2006 и 2018 годов. Так, в статье 7(1) Кодекса телерадиовещания (2006) говорится, что вещатели должны обеспечивать политический и социальный плюрализм, а также культурное, языковое и религиозное разнообразие. Вещатели должны избегать предпочтений для каких-либо политических партий и предоставлять всем политическим движениям равные возможности для продвижения своих взглядов. Кроме того, в кодексе содержатся условия для

обеспечения прозрачности права собственности на СМИ (статья 66)]. Закон установил, что контроль в этой сфере является полномочием Координационного совета.

Кодекс Республики Молдова об аудиовизуальных медиауслугах, принятый в 2018 году и заменивший Кодекс телерадиовещания (2006), содержит ряд важных положений, которые впервые однозначно закрепляют законодательно возможности граждан получать достоверную и плюралистическую информацию. Речь идет, прежде всего, об юридической интерпретации аудиовизуального плюрализма. Он определен как а) разнообразие поставщиков медиауслуг и аудиовизуальных медиауслуг; б) разнообразие аудиовизуальных программ в рамках одной и той же аудиовизуальной медиауслуги; в) выражение широкой аудиторией своего мнения в аудиовизуальных медиауслугах, особенно в линейных; г) наличие свободных, автономных, обладающих экономической и редакционной независимостью поставщиков медиауслуг; е) доступ широкой аудитории к диапазону мнений, выражаемых в аудиовизуальных медиауслугах [193].

Вопреки этим положениям, фактическое состояние аудиовизуального плюрализма способствует далеко не полностью достоверному информированию граждан. Надин Гогу считает, что законы, регулирующие концентрацию аудиовизуальных СМИ, не указывают верхние пределы или потолки с точки зрения доли аудитории и доли рынка и не предлагают инструменты или механизмы для быстрого и эффективного вмешательства КСТР. Вдобавок, КСТР не является независимым от политических и экономических интересов, что делает выполнение регуляторных положений о концентрации вещания сложным, если не невозможным [87, с. 2].

Текущая геополитическая ситуация представляет угрозу развитию независимых средств массовой информации, способных обеспечить граждан страны достоверными новостями и противостоять дезинформации. Конечно, можно потребовать ужесточения законодательства, что постепенно и происходит. Можно регулярно напоминать деятелям медиасферы, что существуют нормы морали, уговаривать их принять самоограничивающие документы этического свойства – хартии и декларации. [58, с. 187].

В целом, роль СМИ в организации публичной сферы и в создании социально-политической реальности РМ свидетельствует о том, что медиа являются не только ретрансляторами той или иной власти, но и творцами и носителями ее, поскольку выполняют политические функции в обществе, в частности через идеологический дискурс новостей.

Газеты, журналы, радио, телевидение и др. виды СМИ занимают важное место в жизни современных молдавских граждан. Система СМИ в Молдове лингвистически разделена и, можно сказать, содержит две отдельные автономные подсистемы:

румыноязычную и русскоязычную. В РМ разнообразие прессы обеспечено как тематикой изданий (социально-политические, экономические, культурологические, детские, подростковые, женские, развлекательные и др.), так и частотой их появления (ежедневные газеты, которые в последнее время стали редкостью, еженедельники, ежемесячные и квартальные журналы, и ежегодники). Также существуют очень много изданий различных государственных учреждений и неправительственных организаций.

Местные СМИ включают также теле- и радиовещание с национальным и региональным охватом, а также онлайн-медиа. Единственным национальным учреждением, финансируемым из бюджетных средств, является общественный вещатель Компания Телерадио-Молдова. В РМ действует также региональная Государственная телерадиокомпания Гагаузии «Телерадио-Гагаузия» (Gagauziya Radio Televizionu kulesi, GRT) (Teleradio-Gagauzia, TRG). Она транслирует программы на гагаузском, румынском и русском языках. Самыми востребованными телеканалами на национальном уровне являются Prime TV, Moldova 1 и Jurnal TV, а самыми популярными радиостанциями - Radio Noroc, Radio Moldova и Radio Plai. Что касается новостных сайтов, то респонденты чаще одного раза в неделю посещают сайты www.protv.md, www.jurnaltv.md и www.publika.md. [200, с. 34]. Трансляции GRT осуществляются по одному телеканалу (с ретрансляцией на нём передач турецкого телеканала TRT) и одному радиоканалу «Gagauz Radiuosu», известному как «GRT-FM» (<http://grt.md/grt>). Государственное информационное агентство (ГИА) MOLDPRES (http://moldpres.md/ru/page/about_us/) как структура масс-медиа, является поставщиком и дистрибьютором новостей и печатных фотографий. MOLDPRES — единственное агентство, публикующее законодательные и нормативные акты Республики Молдова. Все остальные телеканалы, радиостанции, печатные и онлайн-издания, новостные агентства находятся в частной собственности. Они финансируются главным образом из доходов от рекламы или инвестиций владельцев.

Самыми востребованными источниками информирования в РМ являются телевизионные, за ними следуют социальные сети, их запрашивают чаще, чем новостные или нишевые сайты. Радиостанции слушают реже, в основном в первой половине дня. Печатные издания занимают последнее время в списке запрашиваемых местных СМИ. Таковы основные выводы различных исследований «восприятие населением средств массовой информации в республике Молдова», проведенных за последние годы. Так социологический опрос проведенный с 17 октября по 11 ноября 2018 года компанией Magenta Consulting, по заказу Центра независимой журналистики (ЦНЖ), показал, что телеканалы были самыми популярными СМИ. Об этом заявили 86% респондентов. Интернет занимает второе место в рейтинге источников информации в Молдове, с

показателем почти 53% респондентов которые пользовались интернетом каждый день или по несколько раз в неделю. 68% из них посещают один раз в неделю и чаще социальную сеть Facebook, а 66% - Одноклассники. Для 20% респондентов Интернет является основным источником информации. В онлайн пространстве политические новости читает широкий сегмент людей – от 25 до 54 лет, с высшим и постуниверситетским образованием, с уровнем дохода свыше 3000 MDL. Из общего числа опрошенных 33% слушали радио накануне, а 21% ответили, что читают газеты чаще одного раза в неделю. [200].

Эта тенденция сохранилась и в последующие годы. Об этом свидетельствуют, к примеру, результаты Барометра общественного мнения за февраль 2021 года, исследование, проводимое регулярно Институтом публичной политики (<http://bop.ipp.md/>). Так, более 78 % опрошенных сказали, что телевидение является для них основным источником информации. За телевидением следует интернет, которому отдают предпочтение более 62 % респондентов.

Согласно опросу Magenta Consulting, 63% респондентов считают, что у них есть свободный доступ к информации в большой и очень большой степени, 30% – в небольшой степени, а 3% респондентов считают, что у них совсем нет доступа к информации. В 2021 уровень доверия к телевидению составил 28,7 %, к интернету – 23,6%, к радио – 2,5 % к газетам – 0,8 %. 25, 7 % считают, что ни одно СМИ доверия не вызывает.

Подавляющее большинство респондентов (92%) (данные Magenta Consulting) полностью или скорее согласны с тем, что «для жителей Молдовы важно уметь распознавать манипуляции и дезинформацию в новостях». На вопрос, из каких источников они обычно получают информацию, около половины участников (45%) ответили, что следят за новостями, однако не уверены в независимости источников. 44% респондентов считают, что «с трудом» или «с большим трудом» смогут распознать намерение средства массовой информации манипулировать гражданами или изменить их мнение. В то же время, 61% опрошенных думают, что граждане Молдовы с трудом отличают настоящие новости от поддельных. Среди участников исследования 85% считают, что в Республике Молдова новости находятся под «сильным» или «очень сильным» влиянием политики. При этом некоторые респонденты считают, что фальшивые новости создаются для повышения популярности знаменитостей или политиков и быстро распространяются всеми возможными способами. Участники опроса заявили, о том, что СМИ чаще транслируют негативную информацию: об авариях, убийствах, и т. д., чтобы напугать общественность, при этом о реальных проблемах в Республике не сообщается; что часто находят фальшивые новости в молдавских СМИ, «почти каждую неделю». Респонденты также отмечали, что им известны сайты, которые специализируются на создании и

распространении фальшивой информации. В этой связи был перечислен ряд источников фальшивых новостей: moldovanews.md, moldovadream.md и Facebook – в качестве платформы по распространению такого рода новостей. Вместе с тем, респонденты считают, что многие блогеры и интернет-пользователи участвуют в создании распространении фальшивой информации. В целом, респонденты считают, что 50% из всех новостей, которые им встречаются – фальшивые.

Ряд печатных СМИ Республики Молдова поддерживают определенные политические партии, а также большая часть политических событий была освещена в свете политических предпочтений СМИ. К таким выводам пришли авторы отчета «Элементы пропаганды, информационной манипуляции и нарушения журналистской этики в молдавских СМИ (1 января - 28 марта 2018 года)», опубликованном Центром независимой журналистики: «Каналы Publika TV, Prime TV, Canal 2 и Canal 3, отмечалось в цитированном источнике, прибегли к методам манипуляции и допустили следующие нарушения деонтологического кодекса журналиста: наклеивание ярлыков, выборочное представление фактов, мнений и заявлений, непредоставление права на ответ, использование метода врага. Каналы Accent TV и NTV Moldova допустили упущения в своих выпусках новостей, ссылались на источники, которые невозможно проверить, распространяли ложную информацию, злоупотребляли техникой обобщения и в нескольких случаях прибегли к методу врага» [158].

Руководитель команды в рамках программы Европеизации в Институте европейских политик и реформ (Institute for European Policies and Reforms, IPRE). Михай Могылдя писал в 2018 году, что отсутствие плюрализма СМИ в Молдове является результатом “захвата” государства и высокого уровня коррупции в государственной администрации. Институциональные ресурсы контроля и регулирования СМИ лимитированы и непригодны для ограничения работы пропагандистских средств массовой информации. Кроме того, возникают сомнения относительно принципиальности членов Координационного совета по делам радио и телевидения. В аудиовизуальной сфере отсутствует как строгий институциональный контроль, так и активный гражданский сектор, который бы контролировал ее работу, особенно при анализе таких важных вопросов, таких как освещение информации об избирательных кампаниях в СМИ. Все эти факторы сигнализируют о симптоматических проблемах, которые ослабляют способность граждан фильтровать и анализировать информацию, влияющую на результаты выборов и, в конечном счете, на будущее страны в целом [181, с. 5].

По мнению медиаэксперта Е.Урущучука, «информационное манипулирование», к сожалению, в Республике Молдова стало акцентированной проблемой особенно в

последнее время. Это явление вызвано и подпитывается политической нестабильностью в стране и «хроническими» выборами. Частично повинны в этом политики и партии, которые в той или иной степени влияют на отдельные СМИ. Экономическая уязвимость прессы в Республике Молдова – другая причина, по которой редакции соглашаются манипулировать общественным мнением в обмен на определенные преимущества. Львиная доля вины, однако, ложится на журналистов, которые манипулируют сознательно или подчиняясь требованиям патронов относительно «жонглирования фактами» [188].

Исследование *Percepția populației despre mass-media și aptitudinile mediatice în Republica Moldova* (Восприятие масс-медиа и медийные навыки населения Республики Молдова), проведенное в августе 2020 года компанией *Magenta Consulting* по заказу Центра Независимой Журналистики³, выявило ряд тенденций, которые говорят об изменениях оценок масс-медиа со стороны общественного мнения. Так, в 2020 по сравнению с 2018 годом снизилась на 9 % доля респондентов, считавших важным, чтобы люди отличали достоверные новости от ложных (74% в 2018 году и 65% в 2020). 59% из опрошенных считают, что легко могут распознать СМИ, которые манипулируют общественным мнением и распространяют ложную информацию. 65 % знают, что представляют фейковые новости, а 44 % - что такое пропаганда в СМИ. Вместе с тем количество респондентов, которые понимают, что такое пропагандистские новости, в 2020 по сравнению с 2018 годом сократилось на 12 процентов. Сократилось также с 44% в 2018 году до 35% в 2020 году количество опрошенных людей, которые не доверяют ни одному масс-медиа. 71 % смотрят российские телевизионные каналы. Большим доверием пользуются Jurnal TV (31%), Prime (28%), Moldova 1 (26%), Pro TV (25%) и TV 8 (13%). Изучение восприятия СМИ населением Республики Молдова, таким образом, показывает, что потребители информационной продукции, хотя и понимают, что ими манипулируют или могут манипулировать, все же кредитуют СМИ значительным уровнем доверия. Исследователь медиа Анета Гонца, комментируя уровень доверия молдаван к СМИ, писала, что в Молдове люди черпают все меньше и меньше информации из печатных источников и (пока) не связывают свои предпочтения с возможным более высоким качеством журналистских материалов и/ или большей независимостью, объективностью и пр. [178, с. 3].

В этих условиях особое значение приобретает медиаобразование, обеспечивающего повышение информационной культуры в обществе вообще и отдельной личности в

³ Centrul Pentru Journalism Independent „Percepția populației despre mass-media și aptitudinile mediatice în Republica Moldova” [online]. [citată pe 10/04/2022]. <https://cji.md/studiu-national-perceptia-populatiei-despre-mass-media-si-aptitudinile-mediatice-in-republica-moldova/>

частности. В Молдове, также как и во многих странах, в условиях стремительного развития информационных технологий происходит пересмотр ценностей в обществе, что оказывает значительное влияние на образ жизни индивида, его вкусы и приоритеты. Это касается и отношения людей к средствам массовой информации, их медийных навыков, а также социальном поведении самих СМИ.

В Республике Молдова на сегодняшний день медиаобразование вызвано политической и экономической зависимостью СМИ и вытекающими отсюда последствиями, среди которых, на наш взгляд, главными являются дефицит беспристрастных медийных источников и неумение граждан критически воспринимать получаемую информацию посредством СМИ.

В стране медиаобразование возникло благодаря инициативе представителей гражданского общества. Оно не носит обязательный характер и внедрено пока в ограниченном количестве молдавских средних учебных заведений. Длительное время государственные институты не затрагивали вопрос о медиаобразовании. Вместе с тем необходимо отметить, что инициативы неправительственных организаций (НПО) поддерживались государственными органами. В 2018 году вопрос о медиаобразовании впервые нашло отражение в законодательном акте. Речь идет о Законе № 67 от 26 июля 2018 года об утверждении Национальной Концепции развития средств массовой информации Республики Молдова⁴. Пункт 4.3.2 данной концепции предусматривал «разработку, принятие и реализацию в соответствии с настоящей Концепцией образовательных политик». Они, в частности, должны были предусмотреть «обязательный учебный курс по медийному образованию в доуниверситетских образовательных учреждениях»; «введение обязательного учебного курса по медийному образованию в высших образовательных учреждениях, за исключением профильных факультетов»; «обеспечение надлежащей подготовки педагогических кадров для разработки соответствующих куррикулумов и ведения соответствующих курсов». Закон также предусматривал разработку стратегии и планов действий по реализации Национальной Концепции развития средств массовой информации Республики Молдова. На состоявшихся в феврале 2020 года публичных слушаниях, организованных парламентской профильной комиссией, по сообщению новостных сайтов, было установлено невыполнение предусмотренных законом мер. Это относилось и к сфере медиаобразовательных политик. Таким образом, можно заключить, что государственные органы в последние 5-7 лет ограничились в основном поддержкой начинаний гражданского общества.

⁴Republica Moldova Parlamentul Lege Nr.67 din 26-07-2018 [online]. [citat pe 10/04//2022]. (https://www.legis.md/cautare/getresults?doc_id=105449&lang=ru).

Первые шаги медиобразовани^{ем} в Молдове были сделаны в 2014 году. Тогда усилиями Центра независимой журналистики (ЦНЖ) при поддержке Посольства США в Кишиневе, был инициирован проект «Повышение медиаграмотности среди молдавских граждан» (Promoting Media Literacy among Moldovan citizens) [216, с. 22]. Его участники начали разрабатывать учебные программы, методические рекомендации. На их основе были проведены тренинги, конференции и обучение для педагогов и библиотекарей. Начиная с апреля 2014 года ЦНЖ в партнерстве с радиостанцией *Europa Liberă* (Свободная Европа) сосредоточил усилия на передаче своего опыта в сфере медиа молодым потребителям СМИ, стремясь внести вклад в консолидацию демократии и прививая им навыки критического мышления. Эксперты ЦНЖ – журналисты радио *Europa Liberă*, побеседовали с 2137 учащимися лицеев страны о прессе и ее роли в обществе; представили различные образцы профессиональной или непрофессиональной журналистики в форме кейс-стади; совместно просматривали и анализировали подготовленные ЦНЖ видеоролики о качестве медиапродукта, доступе к информации и свободе выражения. В рамках этого же проекта ЦНЖ также обучал учителей, которые, в свою очередь, инициировали и проводили мероприятия по медиаобразованию в своих школах.

В результате первого опыта медиобразования эксперты пришли к выводу, что для того, чтобы хорошо информированный и подготовленный гражданин правильно и критически рассматривал предложенную ему продукцию традиционных и новых средств массовой информации, важно предоставить ему возможность получить медиа навыки, которые соответствовали бы новым сложностям, возникающим в этом секторе. Медиобразовательное движение в РМ на сегодняшний день нацелено, главным образом, на развитие школьного образования, а целевой аудиторией являются дети и подростки. «Надеемся, что его примут хорошо, и, помимо этого, курс окажется полезным. Цель состоит в том, чтобы учащийся, беря в руки газету или смотря телевизор, задавал себе определенные вопросы, а не слепо верил всему», – отмечает директор ЦНЖ Надин Гогу [201].

В 2016 году был подготовлен первый факультативный учебный план по проекту нового Национального куррикулума 3-й и 4-й классы (Curriculum Pentru Disciplina Opțională Educație Pentru Media- clasele a III-a – a IV-a). Его авторами были Наталья Грыу, Сильвия Шпак и Лоретта Хандрабура. Данный план стал в то время единственным документом в сфере начального медиобразования. На настоящий момент этот план: 1) охватывает области трех учебных программ (общественно-гуманитарное образование, язык и общение, искусство и технологии) и 2) предлагает оценивать приобретенные навыки в соответствии с «Методологией внедрения критериального оценивания через дескрипторы в системе начального образования». В предложенной учебной программе, помимо особого значения

медиа в настоящее, учитывается открытость и приближённость школы к жизни – необходимость, обозначенная с точки зрения переосмысления образования и роли школы, реализации гражданского воспитания через медиа и медиаобразование [216, с. 23].

В последующие годы медиаобразование стало приоритетным направлением в деятельности ЦНЖ. По его инициативе в 2015 году была начата разработка учебной программы факультативной дисциплины «Медиаобразование», нацеленная на развитие медиаграмотности. В следующем году ее авторы Наталья Грыу, Сильвия Шпак и Лоретта Хандрабура представили ее в рамках нового Национального куррикулума для 3-х и 4-х классов (*Curriculum Pentru Disciplina Opțională Educație Pentru Media- clasele a III-a – a IV-a*). Тогда она стала первой и единственной возможностью такого рода в сфере начального медиаобразования. На настоящий момент этот план: 1) охватывает области трех учебных программ (общественно-гуманитарное образование, язык и общение, искусство и технологии) и 2) предлагает оценивать приобретенные навыки в соответствии с «Методологией внедрения критериального оценивания через дескрипторы в системе начального образования» [216, с. 23].

В 2017 г. Было издано «Дополнительное дидактическое пособие для учителей и учеников: Медиаобразование (3-й-4-й классы)», разработанное теми же авторами в рамках проекта «Укрепление свободы выражения мнений в Молдове» при поддержке Deutsche Welle Akademie и Федерального министерства экономического сотрудничества и развития Германии. Учебник был создан под эгидой ЦНЖ на основании учебной программы дисциплины по выбору Медиаобразование и утвержден Министерством образования, культуры и исследований РМ приказом номер 671 от 01.08.2017. [81, с. 3]. Данное пособие содержит «Руководство для учителя», дидактические карточки по 6 модулям (Темы, связанные со СМИ, затрагиваются в ходе различных внеклассных мероприятий, радиопередач, на телевидении, в интернете), «Общее оценивание» («Критерии оценивания, рекомендованные учителям по факультативной дисциплине «Медиаобразование»: Критерии успешности / условия успешности для учащихся по факультативной дисциплине «Медиаобразование»). В предлагаемой учебной программе, помимо особого значения медиа в настоящее, учитывается открытость и приближённость школы к жизни – необходимость, обозначенная с точки зрения переосмысления образования и роли школы, реализации гражданского воспитания через медиа и медиаобразование.

Данные начинания гражданским обществом, в частности ЦНЖ, было поддержано профильным министерством в рамках состоявшихся общественных дебатов. В 2017/2018 учебном году новый предмет был введен в учебную программу 3-их и 4-ых классов в 22 учебных заведениях страны. «Знакомясь с новостями, следует поступать так же, как при

покупке зимней одежды, когда вы меряете несколько моделей и не останавливаетесь на первой попавшейся вещи. Не доверяйте только одному источнику информации, ведь к своему разуму следует относиться с тем же уважением, что и к телу», – такими словами начала занятие по медиа-образованию журналистка Д. Рэйлян [142]. Она также рассказала о том, как пишутся новостные материалы, на какие вопросы должен отвечать качественный журналистский материал и какими методами пользуются некоторые СМИ для манипулирования публикой, уточнив, что чаще всего делаются попытки представить ложную или предвзятую информацию в телевизионных выпусках новостей, за которыми следит наибольшее число зрителей.

Дисциплина Медиаобразование, получившая статус опциональной, направлена на преобразование зависимости школьников от технологии и социализации в сознательный опыт, в поддержку концептуализации процесса познания, в оптимизацию отношений с другими людьми, в продвижение таких ценностей, как достоинство, справедливость, щедрость, свобода, чувство общности. В то же время курс, задуманный для всех уровней образования, направлен на получение навыков анализа и критического осмысления сообщений, передаваемых через медиа, способности отличать достоверную информацию от манипулирования, принимать решения и действовать со знанием дела.

20 августа 2019 году национальный совет по куррикулуму Министерства образования, культуры и исследований утвердил куррикулум по факультативной дисциплине «Медиаобразование» для лицеев (классы 10 – 11) [141]. В ходе курса «Медиаобразование» они будут учиться понимать роль и силу СМИ в демократическом обществе, критически анализировать медиаконтент, осознавать опасности виртуальной среды, проявляя ответственное поведение и, что не менее важно, учиться быть ответственными создателями медиаконтента.

Целью программы является подготовка подрастающего поколения к осознанному существованию в медиасреде и органичной интеграции в медиакультуру через формирование критического отношения к медиапродукту. Вместе с тем, учителя и родители подготовлены к тому, чтобы направлять своих учеников в этом сложном, разнообразном процессе, полном ловушек и вредных воздействий, помогать им потреблять информацию, соответствующую их возрасту и полезную для них, отличать манипулирование от достоверной информации. Ведь именно дети и молодые люди больше всего подвержены риску манипуляции, пропаганды и других негативных последствий, о которых нас предупреждают исследователи в этой области.

На основе утвержденного куррикулума, ЦНЖ разработает учебник по медиаобразованию для 10 – 11 классов и организует тренинги для учителей, желающих

преподавать данный курс на лицейской ступени образования. Куррикулум по факультативной дисциплине «Медиаобразование» для лицейской ступени образования был разработан ЦНЖ в рамках проекта «СМИ в поддержку демократии, интеграции и подотчетности в Молдове» (MEDIA-M), финансируемого USAID и UK aid и внедряемого «Internews» в Молдове.

Одновременно ЦНЖ провел большую работу по методологической и методической подготовке учителей, ответственные за медиаобразование. В 2017 году были изданы и первые учебники на румынском языке по данной дисциплину. В следующем году медиаобразование охватило гимназический цикл школьного образования, а с 2019 года – все ступени доуниверситетского обучения. Изданные учебники были переведены на русский язык и, таким образом, они стали доступны и для русскоговорящих учащихся. ЦНЖ организовал также подготовку преподавателей, работавших в русских лицеях.

За первые пять лет (2017-2021) медиаобразованием в Молдове, по данным ЦНЖ⁵ было охвачено 7700 учащихся всех ступеней доуниверситетского обучения. Их количество растет из года в год. Так, если в первом году внедрения курса по медиаобразованию его слушателями были 500 учащихся из 30 школ, то в 2021 году - более четырех тысяч. В тот же период было подготовлены более 530 преподавателей по медиаобразованию.

Важным подспорьем для преподавателей и школьников в организации и проведении медиаобразования стал портал Mediacritica (*Медиакритика*), созданный в 2016 году. Его основными разделами стали *Media în vizor* (*В фокусе – медиа*), содержащий богатейший материал, отражающий примеры медиа пропаганды местными СМИ; *ABC-ul preseii* (*Основы печати*), раскрывающие различные методы манипулирования общественным мнением, *Media radar* (Медиа радар), специализированный на мониторинге местных СМИ и др. С 2018 года открыта платформа Educația Mediatică (Медиаобразование), адресованная школьникам, родителям и учителям. Эта платформа обеспечивает их доступ к учебникам, электронным играм на медиаобразовательную тематику. ЦНЖ создал также первый в Молдове подкаст по медиаобразованию - cuMİNTE (С умом). Подготовленные материалы (до 2021 их было более 20 выпусков) познакомили бенефициариев с такими понятиями, как дезинформация, манипулирование, fake news и др. Подкаст *cuMİNTE* может быть услышан на Google Podcasts, Apple Podcasts и SoundCloud. Другой интернет ресурс по медиаобразованию является платформа T(V)E Privește! (**Тебя касается!**), которая позволяет телезрителю и радиослушателю сигнализировать случаи ущемления прав на достоверную информацию и нарушения этики журналистами. ЦТЖ проводит

⁵ Centrul Pentru Journalism Independent Ambasadorii Educatiei Media [online]. [citat pe 10/04/2022]. <https://educatia.mediacritica.md/wp-content/uploads/2021/10/CJI-educatiaMedia-2021-4-01.png>

разнообразную работу по стимулированию интереса к медиаобразованию и желанию критически воспринимать медийные тексты. Так, с 2017 года он организует ежегодные недели, а также различные конкурсы для школьников и учебных заведений, посвященные медиаобразованию.

В стране реализуется и ряд других инициатив по повышению информационной грамотности, большинство из которых осуществляются силами добровольцев и различными организациями гражданского общества. Одной из наиболее известных инициатив стала платформа по проверке фактов и отслеживанию дезинформации и пропаганды в Молдове - StopFals (Стоп фальшивым новостям) (<https://stopfals.md>). Она была создана Ассоциацией Независимой Прессы (Asociația Presei Independente (API) в продолжении кампании против фейковых новостей, проведенной этим НПО совместно с ЦНЖ и Ассоциацией Независимых Тележурналистов. Сайт www.stopfals.md, согласно мнению его организаторов, стал в последние пять лет онлайн платформой для выявления ложных и тенденциозных новостей и манипуляторских техник, а также для медиаобразования с использованием материалов местных и иностранных СМИ. Ее основными целями стали также предотвращение последствий пропаганды и помощь гражданам в критическом анализе информации.

Наряду с неправительственными организациями из области СМИ в последние годы в продвижении медийной грамотности включились и новые участники, что благотворно повлияло на уровень и состояние медиаобразования в Республике Молдова. Речь идет, прежде всего, о программе Novateca, запущенная в Молдове для библиотекарей страны в 2012 году Советом по международным исследованиям и обменов IREX Молдова при поддержке Глобальной библиотеки Фонда Билла и Мелинды Гейтс, в партнерстве с правительством Республики Молдова. Пилотный проект Novateca охватил 68 публичных библиотек в 12 районах страны. В ходе реализуемого проекта 18 работников сельских, районных и муниципальных библиотек прошли курсы обучения медиаграмотности. По их завершению библиотекари провели более 60 информативных занятий для взрослого населения, в которых приняли участие более 550 человек. В ходе обучения рассматривались три тематические блока: информация и масс-медиа, манипуляция и борьба (пропаганда и фейк как разновидность информационной манипуляции), язык вражды [153].

Медиа Центр для молодежи (Centrul media pentru tineri) стал другим неправительственным участником медиаобразования в стране. Это общественная организация (2003) сфокусировала свою деятельность на молодежную, в основном сельскую аудиторию, показавшая интерес к журналистской работе. Эта категория слушателей, на примере собственных материалов на социальные и политические темы, на

разных тренингах обучались медиаграмотности. При этом акцент ставился на развитие критического мышления, лидерских качеств и навыков производства беспристрастных медиатекстов. Местные СМИ также стали целевой аудиторией для обучения медиаграмотности, так как у них нехватка не только ресурсов, но и потенциала для качественного информирования. В период с 2017 по 2019 год Медиа-Центр для молодёжи провел 9 тренингов по повышению медиаграмотности по всей стране. В них участвовали 188 студентов из 9 районов страны (Страшены, Оргеев, Чимишлия, Теленешты, Каинарь, Кэлэрашь, Кантемир, Штефан Водэ). Молодёжь, прошедшая обучение, подготовила медиа-материалы, которые были опубликованы на странице Медиа-Центр для молодёжи в Фейсбуке (<https://m.facebook.com/youth.media.moldova/>). Раздел Медиаобразование, открытый на сайте этой организации (<https://tineri.md/educatie-media/>) предоставляет различные материалы по медиаграмотности.

Центр неформального образования «Diversitate» (Многообразие) (Centrul de educație nonformală *Diversitate*) [137] стремится создать образовательное пространство для формирования культуры прав человека и толерантности. В рамках своей стратегии эта организация организовало ряд мастер-классов по медиаграмотности, проводит семинары на своем веб сайте (<http://diversitate.org.md/>). Один из них, «Media and information literacy», состоялся при поддержке Deutsche Welle Akademie с 30 сентября по 1 октября 2017 г. Центр неформального образования «Diversitate» пригласил студентов факультета журналистики, молодых журналистов, преподавателей, психологов, представителей неправительственных организаций юга Молдовы принять участие в семинаре о роли медиаграмотности и медиаобразования в современном мире. Тренерами семинара выступили специалисты в области прав человека и журналисты. В результате выполнения проекта участники «Media and information literacy»: • получили базовые знания и навыки в сфере медиаграмотности, медиаобразования и hate speech (язык вражды), • научились отличать факты от фейков и пропаганды, • познакомились с критическим анализом информации, • узнали о методах проверки информации. Целью тренинга было получение базового уровня понимания прав человека и создание образовательных роликов про нарушения прав человека или конфликт прав человека в Молдове. По завершению тренинга участники поделились планами использовать созданные видеоролики в своей дальнейшей работе для организации дебатов, показа на классных часах в школах, распространения среди коллег и широкой аудитории.

Основные цели такого рода проектов являются повышение медиаграмотности аудитории. Чтобы, помочь потребителю медийного контента лучше понять суть медиа, ориентироваться в информационном пространстве, научиться критически относиться к

СМИ, отличать качественную и достоверную информацию, выявлять манипулятивные попытки влиять на общественное мнение и не поддаваться им, узнать об информационных правах и возможности их использования. Проекты по медиаграмотности стремятся к тому чтобы всякий, кто активно пользуется медиа ресурсами, перестал быть простым обывателем, бездумно потребляющим тонны некачественного контента, а умел сам находить, отсеивать и анализировать полученную информацию, освоил и осмысленно применял все доступные ему медиа инструменты [117, с. 67]. Все преподаватели и школьники, участвующие в этом процессе, получают бесплатные учебники, другие материалы.

Медиаобразование, инициированное неправительственными организациями, финансируется, главным образом, западными спонсорами. Среди них посольства Великобритании, США, Департамент международного сотрудничества Великобритании, Агентство США по международному развитию, IREX Moldova, ОБСЕ, Программы MATRA Министерства иностранных дел Нидерландов, организации Free Press Unlimited (Нидерланды), Civil Rights Defenders (бывший Хельсинский комитет по защите прав человека), правительства Швеции, Чехии и др., Восточно-европейский фонд, Программа Института масс-медиа за Открытое общество, Школы журналистики Университета штата Миссури (США), Шведское агентство по международному сотрудничеству и развитию (ASDI), Фонд Сороса в Молдове, UNDP и др. [153].

Медиаобразование в Молдове, таким образом, носит преимущественно характер инициативы гражданского общества и западных партнеров. В этом, на наш взгляд, его сила и его слабость. Сила заключается в свободной организации медиаобразования, вовлечении разных категории пользователей СМИ, в использовании европейского опыта в плане методологии и содержания учебного процесса и др. Вместе с тем зависимость от внешнего финансирования может отразиться на его устойчивости (sustainability). В то же время накопленный опыт станет хорошей основой для разработки и имплементации в перспективе национальной политики медиаобразования.

3.3. Перспективы развития медиаобразования в Турции и Молдове с учетом Европейского опыта

Настоящее состояние медиаобразования в Турции и Республике Молдова свидетельствует о том, что оно (1) находится в зачаточной стадии, а также (2) на этапе становления как социально-образовательная система, (3) развивается при отсутствии национальных стратегий и политик, (4) мало привязано к процессу утверждения демократических ценностей, прав и свобод граждан, социальной ответственности масс-медиа, (5) недостаточно учитывает социальный статус СМИ, уровень свободы масс-медиа и степень их влияния на общественное мнение и социальное поведение гражданина, (6) менее всего сконцентрировано на развитие критического восприятия мира, (7) адресовано школьной аудитории, рассматривается преимущественно как часть школьного образования, (8) на стало частью обучения на протяжении всей жизни (Lifelong learning), (9) не получило массовый характер, (10) недостаточно скоординировано с профильной политикой и практикой ЮНЕСКО, других международных и европейских организаций.

Мы исходим из того неоспоримого факта, что медиаобразование является социально объективным явлением, вызванном, с одной стороны, сильнейшим информационным потоком в эпоху современного технологичного общества и как следствие - необходимостью приобретения гражданином навыков для адекватного восприятия мира и своего места в нем, а с другой – растущим влиянием и прессингом на него СМИ, которые во многих случаях являются источником дезинформации и манипулирования. Как показывают передовой, в частности, европейский опыт, медиаобразование становится действенным при условии, что развитая им медиаграмотность приобретает качество гражданской компетенция человека в демократическом обществе. Медиаобразование чаще учитывается в контексте прав человека, формирования активной общественной позиции людей, их гражданской и политической культуры; оно готовит к демократическому гражданству и политическому пониманию.

Европейский опыт показывает, что основой эффективного медиаобразования являются свободные плюралистические средства массовой информации. При этом надо иметь ввиду, что свобода СМИ сама по себе не исключает медиаобразование. Оно, об этом свидетельствует медийная практика стран, занимающие ведущие места в рейтингах свободы печати, обуславливается иными причинами нежели в странах с несвободными масс-медиа. Речь идет о необходимости развивать у потребителей информации способности ориентироваться в мировом потоке информации, умения отделить главное от второстепенного, достоверное от субъективного в освещении событий. В странах с

частично или несвободными СМИ на повестке дня стоит амбивалентная задача: уберечь граждан от дезинформации и манипулирования и, одновременно, вовлечь его в движении нацеленного на достижение адекватного уровня свободы печати как важной предпосылкой развития гражданского общества. Свободно и осмысленно общающийся гражданин с масс-медиа является идеалом, высшим достижением гуманистически ориентированного медиаобразования.

Медиаобразование может стать массовым и с большей отдачей при условии, что оно охватит различные целевые группы. Такой подход был принят европейскими медиапедагогами для того, чтобы «сделать медиаграмотность процессом, развивающимся в течение всей человеческой жизни» [24. р. 28]. Именно такая система, предложенная Советом Европы с участием ЮНЕСКО, стала основой программы обучения граждан, которая называется «Медийная и информационная грамотность» [159]. Она содержит описание системы компетенций, которыми должны овладеть обучающимися по формированию их медийно-информационной грамотности. Она нацелена на осознанное потребление информационной продукции и критическое ее восприятие. Только в таком случае, СМИ будут «обречены» утверждать и подтверждать свою социальную полезность и легитимность, пользоваться свободой и давать свободу, вносить вклад в общий человеческий прогресс, чтобы оставаться социальным институтом и профессиональной сферой.

Глобализационные тенденции в медиаобразовании постепенно приводят к тому, что медиаобразование во многих странах фокусируется на воспитание сознательного и ответственного гражданина демократического общества. Данные ориентир, как было нами показано с предыдущей главе, был апробирован и доказал свою жизнеспособность, в частности, в Финляндии и Великобритании. По этому пути пошли ряд других стран. Он может быть полезен и для Турции и Республики Молдова. Глобальное гражданское общество является универсальным синонимом медийной грамотности. Без медийной грамотности новое гражданское общество останется недостижимой целью.

Ведущим направлением медиаобразования в европейских странах все чаще становится изучение вопросов, связанных с ролью медиа опирающаяся на демократические ценности, гуманизм, этническую, национальную, расовую и религиозную толерантность представляется сегодня весьма актуальной. Многие европейские исследователи пытались и пытаются развивать критическое мышление своих граждан, чтобы помочь им противостоять воздействию массовой культуры. Медиаобразование рассматривается в широком социокультурном контексте. Оно не может быть ограничено только рамками школы.

Овладение только молодежью пониманием разносторонней культурной и социальной роли СМИ в обществе считается проблемой и узким местом медиаобразования. В нем также должны быть заинтересованы и задействованы все взрослое население потребляющее информацию, различные ассоциации и медиа профессионалы. В этом смысле, необходимо развивать медиаобразование как часть концепции обучения в течение всей жизни человека, способствующая демократической ценностному осмыслению обучающимися современной медиасреды.

Медиаобразование во многих европейских странах исходит из обеспокоенности по поводу негативного влияния масс-медиа, особенно всеобщего присутствия социальной сети в жизни людей. Оно учат граждан защищать себя от ложных новостей и дезинформации и критически относиться к системе демократических ценностей.

Опыт европейских стран в сфере медиаобразования предполагает также объединение усилий и координацию действий различных органов государственной власти и гражданского общества, поскольку затрагивает различные сферы, включая образование, семейную, молодежную политику, культуру, средства массовой информации и информационно-коммуникационные технологии. Глобальному обществу необходимы граждане, имеющие соответствующие глобальные и демократические убеждения. А это итог совместных усилий.

Очень важны государственная поддержка гражданских инициатив и деятельности общественных организаций, направленных на повышение уровня медиаграмотности, в том числе умения пользоваться возможностями новых средств массовой коммуникации, наиболее уязвимых категорий населения: пожилых людей, жителей сельской местности и отдаленных территорий, социально неблагополучных семей.

Такой подход ценен в условиях, как было отмечено в материалах конференции ЮНЕСКО «Proclamation of Global Media and Information Literacy Week — Провозглашение Всемирной недели медийной и информационной грамотности» (Париж 2019) [203], когда в последнее время во всем мире происходит рост распространения дезинформации, ложной информации, разжигающих ненависть высказываний и преследований в интернете, который ставит под угрозу достижение целей в области устойчивого развития, демократию и мир.

Совместная Декларация о свободе выражения мнения Организации Объединенных Наций (ООН), Организации по Безопасности и Сотрудничеству в Европе (ОБСЕ), Организации американских государств (ОАГ), принимая во внимание, что все более широкое распространение в традиционных СМИ и социальных сетях фейковые новости и пропаганды, за которыми стоят как государства, так и негосударственные субъекты, и

различные негативные явления, которые могут возникать под воздействием такой практики или в качестве ее прямого следствия, выразила обеспокоенность тем, что по своим целям и методам дезинформация и пропаганда зачастую призваны вводить людей в заблуждение, а также препятствовать реализации права общества знать и права граждан искать и получать, а также распространять, независимо от государственных границ, различного рода информацию и идеи. Эти права на свободу выражать свои мнения и придерживаться своих убеждений, отмечалось в цитированной Декларации, охватываются мерами защиты предусмотренными международно-правовыми гарантиями. В ней также подчеркивалось, что некоторые формы дезинформации и пропаганды способны наносить ущерб репутации отдельных лиц и принципу неприкосновенности частной жизни либо иметь следствием подстрекательство к насилию, дискриминации или вражде в отношении определенных социальных групп [97]. Все это подтверждает необходимость продолжения деятельности по повышению уровня медийной и информационной грамотности людей во всем мире.

Медиаобразование, в интерпретации ЮНЕСКО, включает в себя «важную отсылку к правам человека, квалифицируя медиаобразование частью базовых прав человека на свободу слова, доступ к информации и инструментом поддержания демократии» [117, с. 33]. Эта связь медиаобразования с правами человека неслучайна и выражается в описании медиаобразования как инструмента, который позволяет повысить осведомленность личности о разнообразных формах медиа, с которыми мы сталкиваемся в повседневной жизни. Данная концепция, использованная в практике европейского медиаобразования, также применима к реалиям Турции и Республики Молдова.

Филип Н. Ховард (Philip N. Howard), директор Оксфордского интернет-института и один из авторов доклада «The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation» («Глобальная система дезинформирования-2019: классификация организованной манипуляции в социальных медиа») [163], считает, что онлайн-кампании по дезинформации больше не могут рассматриваться как работа «одиноких хакеров, отдельных активистов или подростков в подвале». По его словам, в этой деятельности появился настоящий профессионализм: официальные организации используют планы найма, премии за работу и администраторов. "Манипулирование общественным мнением через социальные сети остается критической угрозой для демократии, поскольку компьютерная пропаганда становится всепроникающей частью повседневной жизни", подчеркнул Филип Говард. Хотя пропаганда всегда была частью политики, широчайший охват всего населения этими компаниями вызывает критические опасения с точки зрения современной демократии. По мнению автора, в авторитарных

странах этим занимаются власти и связанные с ними организации, а в демократических — недобросовестные политики, партии или частные подрядчики.

Посредством дезинформации происходит подрыв демократических ценностей и саботируется возможность проведения рациональных дискуссий. Дезинформация представляет собой угрозу либеральным и демократическим основам, на которые опираются институты гражданского общества, свободные СМИ и глобальные интернет-компании. Данное явление можно классифицировать как пассивную установку нравственных ценностей. Отсюда вытекает ведущая цель медиаобразования: защитить аудиторию от манипулятивного воздействия медиа, научить ориентироваться в информационном потоке современного демократического общества. Жить в демократическом обществе означает, помимо всего прочего, уметь делать осознанный выбор, в том числе и по отношению к медиатекстам. Научить граждан распознавать способы и формы манипулятивного воздействия медиа [59], научить ориентироваться в информационном потоке современного демократического общества, – важнейшие задачи медиаобразования. Вместе с тем медиаобразования представляют собой определенную активную нравственную установку. Она рассматривает социальные, экономические и политические аспекты средств массовой информации, их сообщений и влияние на общество.

Эффективное медиаобразование в европейских странах стимулирует процессы индивидуальной оценки, имеющие важное значение и неизбежно ведущие к развитию индивидуального критического мышления. Оно также важно для развития гражданского общества. Если принять во внимание новые опасности, угрожающие глобальному, а, следовательно, и национальному информационному пространству, то задача становится еще сложнее. Этот опыт также ценен для Турции и Республики Молдова.

Медиаобразование в европейских странах рассматривается в контексте защиты национальной безопасности. Это серьезная проблема, так как если в стране нет грамотного населения в вопросе информации, то она подвергается риску манипуляций, как внутренних, так и внешних. В статье, опубликованной в журнале *Science*, Сорош Восоги (Soroush Vosoughi) и его коллеги из Массачусетского технологического университета (Massachusetts Institute of Technology, MIT) представили доказательства того, что, по крайней мере, в социальных сетях, ложные сообщения распространяются быстрее и шире, чем правдивые. В рамках исследования, проведенного в Лаборатории социальных машин Массачусетского технологического университета, было изучено распространение каждого твита, отправленного в период с 2006 по 2017 год. Исследователи проанализировали данные шести независимых организаций, занимающихся проверкой фактов, и классифицировали

твиты на «ложные» и «правдивые», используя статистические модели. Это позволило им разделить на категории более 4,5 миллионов твитов о 126 000 разных историях. Далее эти истории были ранжированы в зависимости от того, как пользователи Twitter их распространяли. Результаты показали, что твиты, содержащие ложную информацию, распространялись большим количеством пользователей и быстрее, чем правдивые сообщения. Чтобы достичь аудитории в 1500 человек твитам с правдивой информацией в среднем требовалось в шесть раз больше времени, чем ложным твитам. Только 0,1% правдивых историй был распространен больше 1000 раз, в то время как 1% ложных сообщений «ретвитнули» от 1000 до 100 000 раз. Ученые предположили, что есть очень простое объяснение, почему ложные сообщения распространяются быстрее и на более широкую аудиторию. Сообщения распространяются в социальные сети, не потому, что они правдивы, а потому что они привлекательны и подкупают аудиторию. Один из способов сделать новость привлекательной – это сделать её оригинальной. Ложные сообщения, как правило, были более оригинальными [194]. Эти данные должны насторожить также и турецкое и молдавское общества, так как и они подвержены атаке ложной информации, главным образом извне.

В целом, в эпоху пост правды эмоции оказываются эффективнее фактов в убеждении народа. И сегодня цифровизация огромный поток информации лишь способствуют ее развитию. Это ситуация в обществе, когда люди доверяют информации на основании своих эмоции личных убеждений больше, чем на основании объективных фактов. Необходимость и актуальность медиаобразования сегодня признается на самом высоком государственном уровне, и становится задачей государственного масштаба. В последнее время все больше исследователей обращают внимание на морально-демократический аспект медиаобразования. Проблема подготовки людей к жизни в эпоху информационного «взрыва», информационных технологий, возрастания роли информации как экономической категории не актуализируется в контексте медиаобразования, граждане оказываются не готовыми к интеграции в мировое информационное пространство, в котором манипуляционная составляющая занимает значительное место. Конечно же во всем трудно бороться с недостатками открытой информационной среды, а нужно научить самого потребителя использовать ее в своих целях, не позволяя бесконтрольно управлять собой.

Важно отметить, что Турция и Республика Молдова имеют общие черты с западными европейскими странами в области медиаобразования, тем не менее каждая страна имеет свои отличительные особенности. Масс-медиа сильно влияют на формирование изменений в политических вопросах и социальных преобразований и за маской борцов за свободу защищают социальные и политические интересы правящих кругов для власти. Важным

вопросом медиакритики для Турции, и РМ была и остается проблема политического давления на СМИ. Такая зависимость СМИ от собственников также влияет на качество контента и заставляет многих журналистов обходить профессиональные и этические стандарты при освещении политиков. Это влияние особенно заметно во время избирательных кампаний, когда большинство средств массовой информации должны продвигать партии и программы своих владельцев [87, с. 4].

Как отмечает Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ Дунья Миятович, государственными органами некоторых авторитетных странах были приняты меры по остановке пропаганды путем отключения и блокирования радио- и телевизионных сигналов, и применения других ограничений, таких как запрет на въезд журналистов, а также на аккредитацию в официальных пресс-центрах... Ограничения на свободу СМИ ради политической целесообразности ведут к цензуре, а однажды начавшись, цензура никогда не прекращается. Ответ надо искать в дебатах и плюрализме СМИ, который находится под угрозой в странах, где преобладают государственные СМИ, которые могут быть легко использованы для государственной пропаганды. Только хорошо функционирующая, открытая, разнообразная и динамичная медиа-среда может эффективно нейтрализовать воздействие пропаганды. В то же время государственная контрпропаганда, которая часто дает отпор лжи в авторитарной манере, не только существенно не отличается от самой пропаганды, но и не дает ответ на нее [91, с.7].

В обеих странах СМИ теряют характер общественного форума, отказываясь представлять все многообразие существующих в обществе взглядов, идей и позиций, поощрять граждан к активному участию в социальном управлении. Возможна плюрализм и свобода СМИ являются противодействием пропаганде, так же, как и кампании по повышению медиаграмотности, которые помогают аудитории делать осознанный выбор в отношении потребляемой информации.

Недовольство значительного количества обоих народов фактом изменения общественной роли СМИ проявляется в падении доверия к печатным и электронным средствам массовой информации. Существенной причиной нынешнего падения уровня доверия аудитории является низкий уровень профессионально-этической культуры журналистов, незрелость системы саморегулирования журналистского сообщества в странах.

В условиях, когда правительство охраняет свободу СМИ, не контролирует и не влияет на их продукцию и не низводит ее до уровня обычной пропаганды, существование свободного обмена мнениями как внутри страны, так и за ее пределами может содействовать уменьшению международной напряженности и предотвращению

конфликтов, основанных на слухах или ложной информации. Законы, гарантирующие свободу выражения мнения, помогают СМИ и гражданскому обществу выполнять функцию «сторожевого пса», определяя критерии прогресса на этом пути [91, с. 7-8].

Самым эффективным средством объединения народа является зримое отражение его образа в общественной коммуникации. Свободные СМИ опираются на частично закрепленные в законодательстве гарантии прав граждан на доступ к информации о деятельности правительства. Свободные СМИ существуют, когда они защищены от произвола властей и когда плюрализм СМИ узаконен. СМИ осведомляют граждан в области национальной и общественной безопасности, помогают глубже обосновать позиции в политических дебатах и информируют об обсуждении политических альтернатив[77, с. 10].

Как в РМ, так и в Турции гражданин должен чувствовать тепло от близости или даже родственность ценностей социального государства. В этой сложной формуле нет простых решений, но есть, пусть и лозунговая, но притягательная истина «всё для человека, всё во имя человека!». По этой линии проходит ответственность государства перед своими гражданами, проходит самая мощная связь сближения человека с государством. Это сложный процесс формирования гражданского общества и взаимопроникновение интересов человека и социального государства, когда личность осознанно и добровольно воспринимает и выполняет те задачи, которые ставит перед обществом государство. Только в таком случае в информационном пространстве раскрывается суть и ценность современного государства и наступает консолидационная гармония в обществе.

В обеих странах понимание передаваемых СМИ сообщений требует больших затрат времени. Стремление к свободе журналистской деятельности в условиях доминирования коммерческих императивов и отсутствия этических сдержек ведет к вседозволенности, к отрицанию социальных обязательств прессы и ее подотчетности перед обществом. Различные взгляды по вопросам влияния на политическое сознание определяют отношение к населению как потребителю политической информации. Либо граждан воспринимают как объект манипулирования, и тогда к ним можно прилагать какие угодно дефиниции - "толпа" или "масса", либо людей рассматривают как полноправных субъектов коммуникационного взаимодействия, подразумевая, что влияние СМИ на личность во многом зависит от того, какую роль в информационном процессе играет сама личность и как она к этому процессу относится.

Понятийный аппарат медиаобразования отличается широким плюрализмом подходов, понятий и взглядов на предмет в научной среде. Этот плюрализм является одним из факторов, затрудняющих выработку и реализацию единой медиаобразовательной

политики с целями, задачами и ориентирами, согласованными со всеми ключевыми стейкхолдерами [89, с. 149]. Иными словами, медиаобразование крайне важно на уровне государства. правительство должно само просвещать и обучать, особенно молодое поколение страны сотрудничествами со всеми участниками общества (например, с НПО), в противном случае за вас это сделают другие. На современном этапе медиапедагоги и исследователи медиа, например, из всех ведущих англоязычных государств осознают насущную необходимость медиаобразования общества в целом.

Медиаобразование решает проблему воспитания полноценного гражданина, умеющего выстраивать отношения с масс-медиа и через масс-медиа с другими институтами общества, то есть, медиаобразование - это способ диалога в демократическом информационном обществе. Без обучения медийной грамотности развитие информационного общества зайдет в тупик.

Исходя из нынешнего состояния национального медиаобразования, а также учитывая европейский опыт в данном направлении, Турции и Республике Молдова в целях стратегического развития медиаобразования предстоит решать следующие задачи:

1. Развитие свободных средств массовой информации как неотъемлемое условие демократизации общества, соблюдения прав и свобод гражданина и его вовлечения в общественно-политическую и духовную жизнь страны. Для этого необходим разработка национальной концепции по развития свободных масс-медиа и программ (краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных) для их воплощения в социальной практике (задача – для обеих стран).

В демократическом обществе СМИ считаются четвертой властью, потому что они предоставляют его членам независимую объективную информацию по важным вопросам политики, общества и местных событий. Они являются не только инструментом общения и распространения информации, но и механизмом, который, призывая официальные лица к социальной ответственности, задает направление общественным дискуссиям и контролирует общественную жизнь. СМИ часто используются в целях пропаганды и дезинформации. Страны со слабыми демократическими институтами, такие как Молдова и Турции, должны создавать здоровую и независимую медийную среду для предотвращения злоупотребления властью, защиты демократических принципов и ценностей, а также укрепления доверия между гражданами и государством [215, с. 1].

Количество СМИ в РМ и в Турции, принадлежащих олигархам и политическим деятелям, как мы ранее отмечали, находится на максимальной отметке за последнее десятилетие. Сосредоточение средств массовой информации в руках нескольких государственных институтов или политических формирований чревато монополизацией

влияния на электорат, манипулированием их избирательными предпочтениями посредством дезинформации и сфабрикованных новостей [181, с. 1]. Такая ситуация представляет угрозу развитию независимых средств массовой информации, способных обеспечить граждан страны достоверными новостями и противостоять дезинформации. По той же причине растет социально-политическая поляризация и недоверие между гражданами и правительством, что в свою очередь негативно сказывается на представительной демократии [215, с. 1].

Такое положение особо неприемлемо по отношению к подростковым и молодежным группам Турции и РМ, т.е. к той части общества, которым суждено обеспечить будущее своим странам. Нельзя не согласиться с тем, что «проблема подготовки подрастающего поколения к жизни в эпоху информационного «взрыва», информационных технологий, возрастания роли информации как экономической категории не актуализируется в контексте медиаобразования, учащиеся оказываются не готовым к интеграции в мировое информационное пространство» [27, с. 38]. В результате, этот социальный пласт характеризуется низкой медиакомпетентностью и не готов противостоять медийными манипулятивным воздействиям.

2. Национальное медиаобразование должно следовать рекомендациям, сформулированным ЮНЕСКО, европейскими организациями, поскольку они зиждятся на мировом опыте организации медиаобразования.

В этой связи, нам представляется как целесообразным изучение и перевод основополагающих документов ЮНЕСКО, Европейского Союза, Совета Европы. Необходимо также перенять их комплексный подход к проблемам формирования медиа и информационной грамотности на политическом уровне, в сферах образования, массовой коммуникации и информации, а также в обществе [100, с. 182].

3. Разработка и внедрение национальных концепций, стратегий и планов действий по развитию медиаобразования.

Европейский опыт показывает важность стратегического развития медиаобразования. национальной концепции по развитию СМИ. Вот почему представляется целесообразным разработка и внедрение национальных концепций по развитию медиаобразования. В таком случае медиаобразование более не будет воспринято как инициатива какой-либо организации из страны или за ее пределами. В то же время должны быть предприняты конкретные и действенные шаги по реализации данной концепции посредством стратегий, планов и конкретных действий различных заинтересованных сторон.

Молдавский медиа эксперт Дану Марин считает, что страны со слабыми демократическими институтами, (такие как РМ и Турция), должны создавать здоровую и независимую медийную среду для предотвращения злоупотребления властью, защиты демократических принципов и ценностей, а также укрепления доверия между гражданами и государством [215, с. 1]. По нашему мнению, стремление к свободе журналистской деятельности в условиях доминирования коммерческих императивов и отсутствия этических сдержек ведет к вседозволенности, к отрицанию социальных обязательств прессы и ее подотчетности перед обществом. Существенной причиной нынешнего падения уровня доверия аудитории является отсутствие доступной информации о политически аффилированных владельцах, многим из которых принадлежат СМИ национального масштаба, а также низкий уровень профессионально-этической культуры журналистов, незрелость системы саморегулирования журналистского сообщества в странах.

4. Развитие сотрудничества государства, бизнеса и гражданского общества в решении задач повышения медиаграмотности в стране.

Опыт развитие медиаобразования в Турции и РМ показывает определенную разобщенность и различную степень участия государства, бизнеса и гражданского общества в данной сфере. Это отрицательно воздействует на качество и устойчивость медиаобразования. В целях устранения этого состояния считаем целесообразным и эффективным заключения партнерских соглашений между государственными институтами, бизнесом и организациями гражданского общества. Такой подход может быть зафиксирован в национальных концепциях развития как масс-медиа, так и медиаобразования. Важно также, чтобы эти документы устраняли все преграды для методологического, методического и финансового участия в организации медиаобразования иностранных организаций.

5. Обеспечение медиаобразования на протяжении всей жизни (lifelong learning).

Применение данного подхода откроет новые перспективы для медиаобразования Турции и Республики Молдова. Таким образом, оно выйдет за рамки школьного образования и обеспечит вовлечение в медиаобразовании самых разных слоев потребителей информации. В то же время это создаст предпосылки для участия в медиаобразовании государственных, общественных и частных организаций, в том числе из сферы СМИ. Важно отметить, что процесс становления медиаобразованного человека это итог долговременной общественно-просветительской деятельности. Поэтому возникает острая необходимость разрешения вопросов подготовки медиапедагогов для доуниверситетского и высшего уровней образования, также для образования людей на протяжении всей жизни.

6. Обеспечение гармоничного единства национальной и европейской практик в организации и научно-методическом обеспечении медиаобразования, а также в подготовке специалистов в области медиаобразования.

Распространение цифровых технологий привело к уменьшению барьеров доступа к информации внутри стран и размытию информационных границ между странами. Вместе с тем, на наш взгляд, в каждой стране медиаобразование должно вестись с учетом национальных традиций, истории развития культуры и образования. Деятельность мирового опыта той или иной степени может помочь развитию медиаобразования.

Изучение любого опыта, в том числе Европейского, всегда важно и необходимо, так как позволяет избежать тупиковых направлений медиаобразовательной теории и практической деятельности, изучить передовые наработки. В связи с тем, что медиаобразование выступает как компонент общекультурной подготовки аудиторий, которое направлено на образование, развитие, формирование личности при помощи средств массовой информации и коммуникации. Однако, не учитывая специфику народа, его национальные особенности перенести на образовательное учреждение предмет медиаобразования приводит к потере собственного лица и специфики. Исследователи смогут более эффективно развивать свои теоретические идеи, методические/технологические подходы, вести экспериментальную работу в школах и вузах, в учреждениях дополнительного образования, в семейных культурно-досуговых центрах и т.д.

Турецкое и молдавское медиаобразование станут эффективными, если придать этому процессу системный характер, подразумевающий, в частности, подготовка экспертов в сфере медиаобразования для широких слоев медиапотребителей; открыть в вузах специальность «медиаобразование» и создать курсы для периодического повышения квалификации специалистов в этой области. При этом важно учесть, что эта работа требует немало усилий, отмечала, основываясь на личный опыт, организатор американского движения «Стратегии для медиаграмотности» (Strategies for Media Literacy) с центром в Сан-Франциско (1986), автор монографии *Literacy in a Digital World* (Грамотность в цифровом мире) (1998). Кэтлин Тайнер (К.Тuner). В этом плане она перечислила пять основных направлений данных усилий и именно: 1) серьезные и основательные научные исследования; 2) конкурентоспособность с целями смежных областей, таких как образовательные технологии, информационная грамотность и т.д.; 3) продолжение внедрения и оценки программ и практики медиаобразования; 4) новые программы подготовки учителей и профессионального развития; 5) ясное и обоснованное объяснение теорий, целей и практики медиаобразования посредникам и законодателям. Что еще труднее, все эти факторы должны иметь место одновременно» [88, с. 133].

Нам кажется, что эти советы могут оказаться весьма полезными и для медиаобразования Турции и Республики Молдова.

7. стимулирование населения приобретать навыки критического восприятия (мышления) медиатекстов, делать осознанный выбор медиапродукции и обеспечить личную информационную безопасность [89, с. 162]

СМИ имеют огромное влияние на социум, способны воздействовать на людей и манипулировать ими. Без грамотной подготовки любые знания могут, в лучшем случае, ничего не дать, а в худшем, нанести вред. Вот почему необходимо обладать широким набором навыков: находить и оценивать информацию, видеть причинно-следственные связи внутри информационных потоков, противостоять манипуляциям и защищать себя от недостоверных данных, осознанно выбирать адекватные масс-медиа с целью обеспечения личной информационной безопасности.

Совокупность сформулированных задач, на наш взгляд, открывают важные направления в полномасштабном становлении и развитии национального медиаобразования Турции и Республики Молдовы, Бесспорно, что перспективы медиаобразования зависят также от ряда других факторов, общеполитических, таких как утверждение норм и ценностей демократического общества, правового государства, прав человека и гражданина и др., а также факторов, исходящих из нынешнего состояния медиаобразования в наших странах. Речь идет, в частности, о практической неразработанности и слабой теоретической обоснованности медиаобразования. Развитие медиаобразования должно рассматриваться комплексно, необходимы интервенции на индивидуальном, организационном и институциональном уровнях. Успех медиаобразования зависит также от технологии проведения занятий, психологического комфорта и безопасности, индивидуализации обучения и дифференцированного подхода к различным категориям потребителей информации.

Медиаобразование, построенное в таких принципиальных координатах, достигнет в Турции и Республике Молдова достойный уровень развития, а также обеспечит медиакомпетентность наших стран в целом.

3.4. Выводы по третьей главе

1. Медиаобразование в Турции и Республике Молдова имеют как общие, так и особенные характеристики.
2. Медиаобразование в обеих странах находится в стадии становления. Оно развивается при отсутствии четко очерченной стратегии или политик в данной области. Состояние несвободы или частичной свободы масс-медиа определяют содержание медиаобразования. В наших странах практика национального медиаобразования происходит в условиях использования СМИ в качестве инструмента политического противоборства между различными партиями и (или) собственниками масс-медиа, которые доказывают близость к той или иной политической силе. Медиаобразование также отмечено ограничением свободы слова. Присутствие государства в медийном секторе также ощущается в организации и развертывании медиаобразования. Это менее заметно в Республике Молдова. В настоящее время медиаобразование в Турции и РМ наиболее активно развивается на материалах прессы, телевидения, кинематографа, видео, современных мультимедийных технологий, включая Интернет. При этом они используются с различной интенсивностью, исходя из предпочтений потребителей информации. В обеих странах недостаточно учитывается европейский опыт.
3. Медиаобразование в Турции носит преимущественно государственный характер. Оно осуществляется МEB & RTÜK. Турецкая государственная политика опирается на взвешенные решения, способствует развитию национального медиаобразования на основе местных традиций. Такой подход наложил свой отпечаток на медиаобразование, Государственные институты рассматривают медиаобразование как инструмент контроля над СМИ и потребителями информации, а также ставят акцент на включение медиаобразования исключительно или предпочтительно в систему общего образования. В медиаобразовании не вовлечены профсоюзы, неправительственные организации и гражданские инициативы. Турецкое медиаобразование мало адресовано различным категориям населения на протяжении всей жизни.
4. Медиаобразование в Республике Молдова возникло и проводится представителями гражданского общества при поддержке различных международных организаций. В силу этого обстоятельства европейский опыт становится достоянием национального медиаобразования. Инициатором медиаобразования в Молдове стала общественная организация Центр независимой журналистики, который инициировал разработку и

издание первых учебных планов и учебных пособий, подготовку медиапедагогов и др. К нему присоединились и ряд других представителей ассоциативного сектора. На данный момент участие государства в организации медиаобразования ограничивается поддержкой начинаний НПО. Хотя принятый Закон о национальной концепции развития средств массовой информации (2018) и предусматривает некоторые положения касающихся медиаобразования, единой государственной политики в этом направлении разработано не было. В стране медиаобразование слабо институционализировано в общей системе образования и практически не адресовано взрослому населению.

5. Перспективы медиаобразования в Турции и Республике Молдовы обусловлены выполнением ряда задач, главными из которых являются разработка и имплементация национальных концепций по развитию свободных масс-медиа и медиаобразования на основе политик ЮНЕСКО и европейских организаций; развитие сотрудничества государства, бизнеса и гражданского общества в решении задач повышения медиаграмотности в наших странах; обеспечение медиаобразования на протяжении всей жизни (lifelong learning) на базе гармоничного единства национальной и европейской практики в организации и научно-методическом обеспечении медиаобразования, а также в подготовке специалистов в области медиаобразования; стимулирование населения приобретать навыки критического восприятия (мышления) медиатекстов, делать осознанный выбор медиапродукции и обеспечить личную информационную безопасность.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Исследование медиаобразования на мировом, европейском и национальном уровнях показывает, что данный феномен обусловлен, с одной стороны, бурным развитием масс-медиа в эпоху информационного общества и ростом значения общественного мнения в современном мире, а с другой - необходимостью помочь гражданину осознанно воспринимать непрекращающийся информационный поток, ориентироваться в нем и противостоять растущему воздействию СМИ путем распространения дезинформации и манипуляторного материала. В демократических странах медиаобразование вполне обоснованно рассматривается как инструмент поддержки демократии, частью основных прав каждого гражданина, в т.ч. на свободу самовыражения и формирования активной общественной позиции людей, их гражданской и политической культуры в современном информационном обществе.

Сегодня кардинально меняется концепция медиаобразования, которое перестает восприниматься исключительно или преимущественно как часть массового образования глобального масштаба. В настоящем исследовании медиаобразование рассмотрено преимущественно в контексте коммуникативистики и медиологии. Такой подход позволил показать, что медиаобразование является частью медийного пространства и медийным процессом, в котором человек готовится к демократическому гражданству и политическому участию в управлении обществом. Вследствие такого подхода, перспективы повышения эффективности медиаобразования в Турции и Республике Молдова, **главная по значимости научная проблема диссертации**, были рассмотрены в тесной связи с состоянием и тенденциями развития СМИ, а также на основе комплексного анализа сущности медиаобразования и выявления его роли в развитии современного медийного пространства на национальном уровне с учетом европейского опыта.

Проведенное исследование подтвердило сформулированную **гипотезу**. Именно, было установлено, что свободная журналистская деятельность, имеющая демократические, гуманистические ориентиры, является объективной союзницей медиаобразования. В свою очередь, медиаобразование граждан способствует развитию средств массовой коммуникации как институт общественного диалога и инструмент участия в демократическом управлении обществом. Демократические страны обладают более высоким потенциалом устойчивости к распространению фальшивых новостей и средствам манипуляции благодаря лучшему образованию, свободным СМИ и высокому доверию между людьми.

Научный вклад автора в **разработку проблем** медиаобразования заключается в конкретизации категориального аппарата в сфере медиаобразования, в критическом анализе существующих подходов в трактовке медиаобразования.

Новизна работы заключается также в обобщении и оценки турецкой и молдавской практики медиаобразования с точки зрения коммуникативистики и медиологии, в обосновании применения в Турции и Республике Молдова модели медиаобразования, основанной на теории критического мышления, а также в определении перспектив его развития на основе современного опыта европейского демократического общества.

Теоретические и практические результаты исследования, содержащиеся в диссертации, были отражены в пяти научных статьях и были представлены и обсуждены в рамках шести международных и национальных научных конференций.

Результаты исследования теоретических основ и практики медиаобразования в мире, в европейских странах, а также в Турции и Республике Молдова, позволили сделать следующие **выводы**:

1. Медиаобразование является одной из возможностей использования информационно-коммуникативную глобальность в созидательных целях путем включения новых медийных знаний в культурологический и мировоззренческий контекст обучения и воспитания. Большинство разработанных и апробированных до настоящего времени моделей медиаобразования направлены, главным образом, на развитие медиаграмотности аудитории и повышение уровня ее медиакультуры.
2. Медиаобразование – это активно развивающееся направление знаний и деятельности, которое затрагивает не только педагогику, но и другие сферы жизни современного общества и, прежде всего, его социальную составляющую. Как составная часть медиапространства и специфическая область знаний и компетенций, медиаобразование обусловлено и развивается в непосредственной связи со средствами массовой информации, в т.ч. с новейшими их платформами. За последние два десятилетия медиаобразование, в основном с помощью и на материале СМИ, стало важным фактором развития личности с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, умения полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретённая в результате этого процесса медиаграмотность, медиакомпетентность и медиакультура помогают человеку стать гражданином, активно использующий возможности информационного поля - телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета. Будущее медиаобразования, таким образом, обусловлено преимущественно его развитием на

основе теории развития критического мышления. Гражданский подход к медиаобразованию в этом смысле становится предпочтительным.

3. Медиаобразование, построенное на принципах данной теории и модели, обращается к человеку не только в его ипостаси обучаемого, участника образовательного процесса, но и в качестве гражданина, пользующегося различными правами и призванного быть социально ответственным. Это видение стало краеугольным для настоящего исследования. Рассматривая медиаобразование в связи с такими феноменами, как «фейк-ньюз», «постправда», «гибридная война» и «манипулирование сознанием», мы пришли к выводу, что медиаобразование, основанное на теории критического мышления, направлено не только на обучение индивида использовать СМИ как источник информации, но и на его становление как гражданина, готового к принятию осознанных решений по свободному выбору.
4. Данный подход, как показало наше исследование, присущ медиаобразованию во многих европейских странах. В них давно утвердилось понимание, что ядром медиаобразования как долговременная образовательно-просветительская деятельность становится воспитание сознательного и ответственного гражданина демократического общества, имеющие соответствующие глобальные и демократические убеждения. Данное понимание включает в себя важную отсылку к правам человека, и в частности к базовым правам человека на свободу слова, доступу к информации и инструментом поддержания демократии. Медиаобразование при этом рассматривается как часть этих прав.
5. В мире, в т. ч. в европейских странах, процесс становления и развития медиаобразования было обусловлено политическими, экономическими и правовыми факторами, а также социальными событиями, технологическим прогрессом, глобализацией, увеличением скорости передачи информации, развитием вначале кинематографа, а затем аудиовизуальных СМИ и повсеместным распространением Интернета. Основными причинами стали возрастающее влияние масс-медиа на восприятие людьми событий в мире и в своих странах, а также негативные последствия манипуляторного потенциала СМИ на социальном поведении граждан, особенно в странах с низким уровнем демократии в области масс-медиа. Охватив в начале главным образом систему общего среднего образования, медиаобразование во многих странах постепенно вобрало систему обучения на протяжении всей жизни (*long-life learning*).
6. Продвижение и эволюция медиаобразования в мире происходили и происходит под воздействием различных стейкхолдеров мирового, европейского и национального масштаба (ЮНЕСКО, Совет Европы и НПО). Проводимая ими политика и внедряемые проекты основывались на понимании остроты проблем формирования медиа- и

информационной грамотности на различных уровнях: государственном, в сферах образования, массовой коммуникации и информации, а также в обществе. Медиапедагоги и государственные политики рассматривали медиаобразование в контексте экономической и социальной среды, испытывающих значительные изменения вследствие интенсивного развития информационных и коммуникационных технологий. Данная политика и повседневная практика в ведущих странах в области медиаобразования стали или могут стать ориентиром и фундаментом для государств, в которых эта медийная деятельность находится на начальном этапе своего пути. К этой категории стран мы относим Турцию и Республику Молдова.

7. Медиаобразование в Турции и Республике Молдова развивается при отсутствии четко очерченной стратегии или политик в данной области. Состояние несвободы или частичной свободы масс-медиа определяют содержание медиаобразования. В наших странах практика национального медиаобразования происходит в условиях использования СМИ в качестве инструмента политического противоборства между различными партиями и (или) собственниками масс-медиа, которые доказывают близость к той или иной политической силе. Медиаобразование происходит в условиях ограничения свободы слова. Присутствие государства в медийном секторе также ощущается в организации и функционировании медиаобразования. Это менее заметно в Республике Молдова. В настоящее время медиаобразование в Турции и *РМ* наиболее активно развивается на материалах прессы, телевидения, кинематографа, видео, современных мультимедийных технологий, включая Интернет. При этом они используются с различной интенсивностью, исходя из предпочтений потребителей информации. В обеих странах недостаточно учитывается европейский опыт.
8. Медиаобразование в Турции носит преимущественно государственный характер. Такой подход наложил свой отпечаток на медиаобразование, Государственные институты рассматривают медиаобразование как инструмент контроля над СМИ и потребителями информации, а также ставят акцент на включение медиаобразование исключительно или предпочтительно в систему общего образования. В медиаобразовании не вовлечены профсоюзы, неправительственные организации и гражданские инициативы. Турецкое медиаобразование мало адресовано различным категориям населения на протяжении всей жизни.
9. Медиаобразование в Республике Молдова возникло благодаря усилиям представителей гражданского общества при поддержке различных международных организаций. В силу этого обстоятельства европейский опыт становится достоянием национального медиаобразования. Инициатором медиаобразования в Молдове стала общественная

организация Центр независимой журналистики, который инициировал разработку и издание первых учебных планов и учебных пособий, подготовку медиапедагогов и др. К нему присоединились и ряд других представителей ассоциативного сектора. На данный момент участие государства в организации медиаобразования ограничивается поддержкой начинаний НПО. Хотя принятый Закон о национальной концепции развития средств массовой информации (2018) и предусматривает некоторые положения касающихся медиаобразования, единой государственной политики в этом направлении разработано не было. В стране медиаобразование слабо институционализировано в общей системе образования и практически не адресовано взрослому населению.

Выполненное исследование позволило сделать следующие **рекомендации** для развития медиаобразования в Турции и Республике Молдова:

- **Государственным организациям**

1. Разработка в Турции и имплементация в Турции и Республике Молдова национальных концепций, а также стратегий и программ действий по развитию свободных масс-медиа и медиаобразования на основе политик ЮНЕСКО и европейских организаций.
2. Создание/усовершенствование законодательной базы для полного утверждения плюралистических СМИ, борьбы с дезинформацией и манипулированием общественным мнением, устранения последствий гибридной войны.
3. Оказать финансовую поддержку медиаобразованию в рамках учебных заведений различного уровня, финансировать проекты НПО по медиаобразованию.
4. Организовать медиаобразование на протяжении всей жизни (lifelong learning) на базе гармоничного единства национальной и европейской практик.
5. Обеспечить создание научно-методических основ для медиаобразования, а также подготовку и усовершенствование специалистов в области медиаобразования.
6. Стимулирование населения приобретать навыки критического восприятия (мышления) медиатекстов, делать осознанный выбор медиапродукции и обеспечить личную информационную безопасность.
7. Развитие сотрудничества государства, медиа бизнеса и гражданского общества в решении задач повышения медиаграмотности в наших странах.

- **Средствам массовой информации**

1. Развивать качественную журналистику, нацеленную на достоверное и беспристрастное освещение событий общественно-политической, экономической, культурной и международной жизни.

2. Вовлечение медийных институтов, прежде всего общественных СМИ, и журналистов в медиаобразовании населения наших стран.

3. Создавать и предлагать специальные пакеты материалов (медиаakit) для их использования в медиаобразовании.

- **Медиа бизнесу**

1. В издательской деятельности руководствоваться принципами и ценностями социальной корпоративной ответственности.

2. Оказывать финансовое содействию в проведении качественного медиаобразования.

- **Гражданскому обществу (неправительственным медийным организациям)**

1. Разрабатывать и осуществлять проекты по медиаобразованию, предназначенных для различных категорий потребителей информации.

2. Поддерживать реализацию национальных программ по медиаобразованию.

3. Участвовать в разработку учебных пособий по медиаобразованию, способствовать подготовке специалистов в данной сфере.

4. Инициировать различные е-платформы, способствующие критическому восприятию СМИ и распространяемой ими информации.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. ALAGÖZLÜ, Ç. Türkiye’de ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı Uzmanlık Tezi T.C Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu RTÜK Danışman Ayşen Bayri Üst Kurul Uzmanı Ankara Ocak 2012 121 s.
2. AMARASINGAM, A. The Stewart / Colbert effect: Essays of the real impact of Fake News. Jefferson, 2011. p.23
3. AVŞAR, Z. Medya Okuryazarlığı İletişim ve Diplomasi Dergisi Ocak 15, 2014 Sayı 2
4. BANKS, J. A. Educating citizens in a multicultural society [Text]. – New York: Teachers College Press, 2014. – 465 p.
5. BENS, E. de (ed.). Media between Culture and Commerce. Bristol; Chicago: Intellect, 2007. p. 11
6. British Council ve Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Medya ve Çeşitlilik Kılavuzu, 2006.90.s
7. BUCKINGHAM, D. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge, UK: Polity Press, 2003. – 219 p.
8. COLBY, A. Educating citizens: preparing America's undergraduates for lives of moral and civic responsibility. – NY: John Wiley and Sons, 2013. – 367 p.
9. GERBNER, G. Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: The New Citizen. 1995, Vol, 2, № 2.
10. GÜN, M., KAYA, İ. Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Uygulamasının Öğrencilere Katkıları Üzerine Bir Değerlendirme // Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED) 2017, Cilt 3, Sayı 2, Sayfa 119-132.
11. HART, A. Understanding the Media: A Practical Guide. – London and New York: Routledge, 1991. 268 p.
12. KEJANLIOĞLU B. Türkiye'de Medyanın Dönüşümü, İmge Kitabevi Yayınları, 1. Baskı, Ankara, 2004.
13. KOLOĞLU, O. Osmanlı’dan Günümüze Türkiyede Basın. [Cağaloğlu, İstanbul] : İletişim yayınları, 1992.235 s.
14. KOTILAINEN, S. Promoting Youth Civic Participation with Media Production: The Case of Youth Voice Editorial Board Comunicar Journal 32: Mapping Media Education. Policies in the world Vol. 16 – 2009. pp.243-259.
15. KUBEY, R. Media literacy in the information age. New Brunswick; London, 1997. 484 p.
16. KUBEY, R. Obstacles to the Development of Media Education in the United States. First published in the Journal of Communication Winter, 1998 / Vol. 48, #1. PP. 58 – 69
17. MARIN, C. Mass-media. In: Republica Moldova. Enciclopedie. Chişinău: Biblioteca Centrală, A.Lupan” a AŞM, pp.761-778
18. MASTERMAN, L. Teaching the Media. London: Comedia Publishing Group, 1985. 341 p.
19. MASTERMAN, L. A Rational for Media Education. Media Literacy in the Information Age. - New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Transaction Publishers, 1997, PP. 27-34
20. MASTERMAN, L., MARIET, F. Media Education in 1990s’ Europe. Strasbourg: Council of Europe 1994.
21. MCMAHON, B. Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore, 2003. – 26 p.
22. MEDIA EDUCATION. - Paris: UNESCO, 1984. – 93 p.
23. MORARU, V. Mass-media vs politica. Chişinău: USM, 2001. ISBN 9975-70-025-X
24. POTTER, W.J. Media Literacy. Thousand Oaks. London: Sage Publication, 2001. 423 p.
25. STEPANOV, G. Jurnalismul social: aspecte definitorii. Chişinău: USM, 2015. ISBN 978-9975-71-714-4

26. ŞPAC, S. Fundamente Pedagogice Ale Educației Pentru Mass-Media în Cadrul Colaborării Școală-Familie (treapta învățământului primar). Teză de doctor în științele pedagogice, Chișinău : 373.3:659.3(043) 2014.145 p.
27. TAŞKIRAN, N.Ö. Medya Okuryazarlığına Giriş. İstanbul: Beta Basım, 2007
28. TRESKE, G. Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli, N. Türkoğlu, M. Cinman Şimşek, (Ed.), at Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşömen Publishing 2011.
29. TYNER, K. Literacy in a Digital World. Mahwah, New Jersey and London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1998, 304 p.
30. UNESCO — Medium-Term Strategy Contributing to peace and human development in an era of globalization through education, the sciences, culture and communication 2002-2007 Published in 2002 by UNESCO 65 p.
31. VOLTMER, K. The Media in Transitional Democracies: Contemporary Political Communication. Cambridge: Polity, 2013. p.33.
32. WASCO, J. The Political Economy of Communications // Downing J. (ed.). The Sage Handbook of Media Studies. London: Sage, 2004. p. 24
33. АВАТКОВ, В.А. Турецкая демократизация в 90-е - ключ к сегодняшней исламизации Турции / В.А. Аватков // Ближний Восток и современность. - 2012. - № 45.
34. АЛЕКСАНДРОВА, О. А. Образование: доступность или качество – последствия выбора / О. А. Александрова // Знание. Понимание. Умение. 2005. № 2. С. 84.
35. АЛЬВАРЕС, Н.Л. Медиаобразование и межкультурные коммуникации: от виртуальных проектов – к реальным результатам. Журнал МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ № 2. 2006.
36. АФАНАСЬЕВА, О.В. Наш доступ к информации, который владеет государство- М.: Фонд “Либеральная миссия”2010. -192 с.
37. БЕРМАН, Н.Д. К вопросу о цифровой грамотности Текст научной статьи по специальности современные исследования социальных проблем - 2017, Том 8, Номер 6-2.
38. Будущее в настоящем: человеческое измерение цифровой эпохи: Материалы III Международной научной конференции Гуманитарные Губкинские чтения (Москва, 5-6 апреля 2018 г.). Ч. 2. // Ред.: Балычева М.Б., Смирнова О.М. – М: Издательский центр РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина, 2018. – 256 с.
39. ВАРТАНОВА, Е. Л. Медиаиндустрии в Европе: современные вызовы [Текст] / Е. Л. Вартанова // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. - 2012. - №5. - С. 12-35.
40. ВАРТАНОВА, Е. Л. Финская модель на рубеже столетий: Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. М.: Изд-во МГУ, 1999.- 287 с.
41. ВАРТАНОВА, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособ. / Е.Л. Вартанова. - М.: Аспект Пресс, 2003. - 335 с.
42. Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : матер. 56-го междунар. форума (13–14 апреля 2017 г.) / отв. ред. В. В. Васильева. — 2017. — № 2 : в 2 т. — Т. 2. — СПб. :Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2017. 292 с.
43. ВОЗЧИКОВ, В. А. Философия образования и медиакультура информационного общества: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. СПб. 2007. 22 с.
44. ГРЕВЦЕВА, Г. Я. Гражданственность и гражданская культура – результат становления гражданского общества/ Г. Я. Гревцева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 18 (272). – С. 55-57
45. ГУК, А. А. Медиаобразование как система результативных уровней медийной культуры личности / А. А. Гук // Информационные ресурсы России. - 2013. - №5(135). - С. 29-33

46. ДЕМИДЕНКО, Э.С. Техногенное развитие общества и жизни на Земле: учеб. пособие. В 2 кн. Кн. 1. Восхождение глобального техногенного общества / Э.С. Демиденко, Н.В. Попкова, А.Ф. Шустов. – Брянск: Издательство БГТУ, 2007. – 244 с.
47. ДЗЯЛОШИНСКИЙ, И. М. Медиаобразование: работа с текстами или умение ориентироваться в медиапространстве? Ибб Медиаобразование как фактор оптимизации российского медиапространства: коллективная монография / ответственные ред. И. В. Жилавская и Т. Н. Владимирова. — М. : РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2014. — 420 с.
48. ЖИЛАВСКАЯ, И. В. Медиаобразование молодежи: монография / И.В. Жилавская. — М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. — 243 с.
49. ЖИЛАВСКАЯ, И.В. Медиаобразование как фактор, способствующий самоактуализации личности в информационном обществе. Текст доклада на 24-м заседании семинара «Методологические проблемы наук об информации» (М., Инион Ран, 28 января 2016 г.). — 18 с.
50. ЖИЛАВСКАЯ, И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. – 322 с.
51. ЖУРИН, А.А. Интеграция медиаобразования с курсом химии средней общеобразовательной школы // Медиаобразование. – 2005. – № 1. – С. 29-52.
52. ЗАЗНОБИНА, Л.С. Проект стандарта медиаобразования, интегрированного в гуманитарные и естественнонаучные дисциплины начального и среднего общего образования. М., 1999. 40 с.
53. ЗАИР БЕК, С.И. Критическое мышление: технология развития. СПб. Альянс. «Дельта», 2003. 284 с.
54. ЗАРАМЕНСКИХ, Е.П. Основы бизнес-информатики: монография / Е.П. Зараменских. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. – 380 с.
55. ЗУХРА, ХАДОД. Педагогические условия реализации медиаобразования в образовательных учреждениях Ирана Диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук Душанбе – 2013. - 184 с.
56. Информационные и коммуникационные технологии в общем образовании теория и практика. Автор: Алексей Семенов, Московский институт открытого образования, Российская Федерация. ЮНЕСКО, 2006 г. – 327 с.
57. КАРААСЛАН Т. Опыт развития медиаобразования в российском обществе. *Studia Universitatis Moldaviae*, 2017, nr.8(108) *Seria “științe sociale”* p.14-20
58. КАРААСЛАН, Т. Актуальность развития медиаобразования в республике Молдова. *Studia Universitatis Moldaviae*, 2018, nr.8(118) p.181-189.
59. КАРААСЛАН, Т. Медиаобразование как способ защиты от манипулятивного воздействия СМИ. *Studia Universitatis Moldaviae*, 2016, nr.8(98) p.57-64
60. КАРААСЛАН, Т. Символ защитные системы “Умные ЗНАКИ” Турции. *Universitatea de stat din Moldova Conferința științifică națională cu participare internațională „Integrare prin Cercetare și Inovare”* în data de 8-9 noiembrie 2018 Chișinău, Moldova CEP USM *Razumate ale comunicărilor* ISBN 978-9975-142-48-9 p.174-176
61. КАРААСЛАН, Т. Турция по пути развития медиаобразования. *Studia Universitatis Moldaviae*, 2017, nr.3 103 p.36-43
62. КАРА-МУРЗА, С.Г. К 21 Манипуляция сознанием. М.: Изд-во: Эксмо, 2005. — 832 с.
63. КИРИЛЛОВА, Н. Б. Медиакультура: теория, история, практика / — М.: Академический проект, 2008. — 496 с.

64. КИРИЛЛОВА, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: [учеб. пособие] / Н. Б. Кириллова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 110 с.
65. КИРИЛЛОВА, Н.Б. Медиакультура: От модерна к постмодерну. - М.: Акад. проект, 2005.448 с.
66. КЛУСТЕР, Д. Что такое критическое мышление? //Перемена: Международный журнал о развитии мышления через чтение и письмо. – 2001. – № 4, – С. 36–40.
67. КОЗЛОВСКИ, П. Культура постмодерна: общественно-культурные последствия технического развития. - М.: Республика, 1997. - 240 с.
68. КОНДРАШОВА, А.С. медиаобразование в дошкольных учреждениях скандинавии и некоторых странах западной Европы//Российский журнал МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ № 2/ 2014. С.93-102.
69. КОРОЧЕНСКИЙ, А.П. «Пятая власть»? Медиакритика в теории и практике журналистики. Ростов: Изд-во Ростов. гос. ун-та, 2003. 284 с.
70. КОСОВА, И. О. Система текстов массовой информации / И. О. Косова // Лингводидактические проблемы межкультурной коммуникации: сб. науч. статей: юбилейное издание. - Волгоград, 2003. - С. 96-103
71. КОТИЛАЙНЕН, С., КУПИАЙНЕН, Р., Медиаобразование в Финляндии: оценка уровня медиаграмотности учащихся 9 классов // Медиаобразование 2013: Сб. трудов Международного форума конференций «Медиаобразование 2013». Москва, 31 октября — 02 ноября 2013 г. / Под редакцией И. В. Жилавской. М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. – с. 57–72.
72. ЛАПЧИК, М.П. Методика преподавания информатики [Текст]: учебное пособие по информатике для студентов пед. вузов. / И.Г. Семакин, Е.К Хеннер // - М.: Издательский центр «Академия», 2003. - 511 с.
73. ЛЕВИЦКАЯ, А. А., ГОРБАТКОВА, О. И. Медиаобразование в странах Европейского союза на современном этапе II Медиаобразование. - 2014. - № 3. - С. 93-97
74. ЛЕВИЦКАЯ, А.А. Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов: монография / А.А. Левицкая, А.В. Федоров, Е.В. Мурюкина и др.; под общ. ред. А.А. Левицкой; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – 574 с.
75. МАКЛЮЭН, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с.
76. МАЛЫШЕВА, Е.Г. Методология и методы медиаисследований / Е.Г. Малышева, О.С. Рогалева. – Омск: Изд-во Ом.гос. ун-та, 2016. - 147 с.
77. Масс-медиа, сектор безопасности и управление. Роль новостных средств массовой информации в контроле и подотчетности сектора безопасности: Научное пособие / Под ред. М. Капарини. — 2005. — с. 262
78. МАХМУТОВ, М.И. Интеллектуальный потенциал россиян: причины ослабления//Педагогика, 2001. № 10. С.91-100.
79. Медиаобразование 2014: Сб. тезисов и статей Всероссийской научно–практической конференции (с международным участием) «Медиаобразование 2014. Региональный аспект» 7 октября – 9 октября 2014 г./ Под редакцией И. В. Жилавской, Е. А. Карягиной. М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2014. – 360 с.
80. Медиаобразование в школах северных стран: монография под редакции Печенкина О.В; Фед.гос. авт.образоват. учреждения высш. проф.образования «Сев.(АРКТ) федер. Ун-т имени» Архангельск: КИРА, 2012.

81. Медиаобразование: (3-4 классы): учебник и руководство для учителя/Лоретта Хандрабура, Наталия Грыу, Сильвия Шпак; ЦНЖ. –Кишинёву:Б.и., 2018 (Ф.Е,-Р «Tipografia Centrala»)- 140 с.
82. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов. Автор: Кэролайн Уилсон Алтон Гризлз Рамон Туазон Кваме Акьемпонг Чи-Ким Чун. ЮНЕСКО, 2012 г. – 198 с.
83. МЕЛЕНТЬЕВ, А. А. Система печатных СМИ Молдовы: Исследование медиаситуации в стране и особенности функционирования молдавской прессы. Автореферат/// Воронеж-2011.18 р.
84. МОЛЧАНОВА, Т.В. К сущности понятия «медиаобразование» Текст научной статьи по специальности «Народное образование. Педагогика»2011. УДК 37.011 ББК 74.58:73
85. МУРЮКИНА, Е.В. Медиакритика и медиаобразование в процессе обучения школьников и студентов в странах Северной Европы // Дистанционное и виртуальное обучение. 2015. № 2. С.99-109.
86. МУРЮКИНА, Е.В., ЧЕЛЫШЕВА, И.В.. Развитие критического мышления студентов педагогического вуза в рамках специализации «Медиаобразование». Учебное пособие для вузов/Отв. ред. А.В.Федоров. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 162 с.
87. НАДИН ГОГУ Плюрализм СМИ и концентрация собственности в Молдове. Media Forward Март 2018 года | No 3.
88. НОВИКОВА, А.А., ФЕДОРОВ, А.В., Медиаобразование в ведущих странах Запада. Таганрог: Изд-во Кучма, 2005. 270 с.
89. Отчет о научно-исследовательской работе исследование механизмов взаимодействия субъектов информационного пространства в России и за рубежом в целях повышения эффективности государственной политики в области СМИ по теме: Определение уровня владения навыками работы с информацией у населения страны в целях разработки проекта концепции медиаобразования в РФ// И.В. Задорин (руководитель проекта),Л.В. Шубина,А.А. Комисаров,Д.Г. Зайцев,Е.В. Халкина «Эй-Пи-Ай» (ООО «Эй-Пи-Ай») Москва 2009.182 с.
90. ПАВЛОВА, Е.Д. Медиаобразование как способ формирования национальной информационной культуры//Приоритетные национальные проекты: первые итоги и перспективы реализации//Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. М.: ИНИОН РАН, 2007. С.204-208.
91. Пропаганда и свобода массовой информации Памятная записка Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ Перевод на русский язык А. Кекиловой Редактор перевода М. Кучма г. Вена, 2015– с. 88
92. САЙКО, Е.Л. Массмедиа в эпоху глобализации: основные характеристики и тенденции. 2011 Культурология и искусствоведение № 4 УДК 130.2 + 316.776
93. СЕРГЕЕВ, Е.Ю. Средства массовой коммуникации в условиях глобализации. Журнал общество. среда. развитие (terra humana) 2009.10 с. УДК 378; 77.0 ББК 60.76
94. СЕРДЮКОВ, Р. В. Современное медиаобразование в ведущих англоязычных странах. научные ведомости | i | Серия Гуманитарные науки. Выпуск 27. 2015. № 18(215). С. 238-244.
95. СКОРОДУМОВА, О. Б. интернет и его основные социокультурные функции Философия и общество 1/2004 С.119-137
96. СКОРОДУМОВА, О.Б. Техногенные риски информационной эпохи// Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. № 5. С. 170.

97. Совместная декларация о свободе выражения мнения, а также "фейковых" новостях, дезинформации и пропаганде FOM.GAL/3/17 3 March 2017.
98. Современный медиатекст: учеб. Пособие // Под ред. Н.А. Кузьмина. – Изд. 2-е, испр. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. – 416 с.
99. СОЛГАНИК, Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник Моск. Ун-та. – 2005. – № 2. — С. 7-15. – Серия 10: «Журналистика».
100. Справочник по свободе массовой информации в Интернет Под редакцией Кристиана Мёллера и Арно Амуру/ Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) 2004. - 278 с.
101. ТЕРНО, С.А. Обучение критическому мышлению – "экзотические приёмы" или решение нетривиальных проблем? /Гуманитарные научные исследования.2014. № 1
102. ТОИСКИН, В.С., КРАСИЛЬНИКОВ, В.В. Медиаобразование в информационно-образовательной среде: Учебное пособие. Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009. – 122 с.
103. УСОВ, Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников. Дис. . докт. пед. наук. М., 1989.-356 с.
104. УСОВ, Ю.Н. Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников. Автореф. дис. ... докт. пед. наук. М., 1989. 32 с.
105. ФАТЕЕВА, И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография / И.А. Фатеева. Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. 270 с.
106. ФАТКУЛЛИНА Ф.Г., ХАБИРОВ, Р.Р. Медиатекст в современном коммуникативном пространстве // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1.
107. ФЕДОРОВ А.В., НОВИКОВА, А.А., Ключевые теории медиаобразования//Преподаем журналистику: взгляды и опыт/Ред.-сост. С.Г.Корконосенко. СПб.: Изд-во СПб. гос. ун-та, 2006. С.51-84.
108. ФЕДОРОВ, А. В. Основные исторические этапы развития медиаобразования в зарубежных странах // PR в образовании. 2007. № 3. С.15-64.
109. ФЕДОРОВ, А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. 64 с.
110. ФЕДОРОВ, А.В. Массовое медиаобразование в современной России: реальные достижения и трудности // Школьные технологии. 2014. С. 75-79.
111. ФЕДОРОВ, А.В. Медиаобразование будущих педагогов. - Таганрог: Изд-во Кучма, 2005. - 314 с.
112. ФЕДОРОВ, А.В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. 238 с.
113. ФЕДОРОВ, А.В. Медиаобразование в Соединенном королевстве и Ирландии // Медиаобразование. 2006. № 4. С. 61-91.
114. ФЕДОРОВ, А.В. Медиаобразование: вчера и сегодня. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2009. 234 с.
115. ФЕДОРОВ, А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов-на-Дону: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.
116. ФЕДОРОВ, А.В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия//Инновации в образовании. 2007. № 4. С.30-47.

117. ФЕДОРОВ, А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
118. ФЕДОРОВ, А.В., ЧЕЛЫШЕВА, И.В.. Медиаобразование в России: краткая история развития Таганрог: Познание, 2002. 266 с.
119. ФЕДОТОВСКАЯ, Е.И. Методика развития критического мышления как важного фактора формирования иноязычной коммуникативной компетенции в специализированных вузах: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. - М., 2005.
120. ХАЛПЕРН, Д. Психология критического мышления. — СПб: Питер, 2000. — 512 с.
121. ХЕСУС, ЛАУ. Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни. Русский перевод Guidelines on Information Literacy for Lifelong Learning. Издатель МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех» Последняя редакция: 30 июля 2006 г. 45 с.
122. ЧЕЛЫШЕВА, И. В. Зарубежное медиаобразование: современные тенденции развития / И. В. Чельшева, Е. В. Мурюкина, К. А. Чельшев ; под ред. И. В. Чельшевой. – М. ; Берлин, 2018. – 186 с.
123. ЧЕЛЫШЕВА, И.В. Массовое медиаобразование: перспективы взаимодействия России и Великобритании. В: Медиаобразование. Media Education, 2015, №4.
124. ЧЕЛЫШЕВА, И.В. Основные тенденции развития медиаобразования в Болгарии Российский журнал Медиаобразование No1/2013. С. 119-128
125. ЧЕЛЫШЕВА, И.В., МИХАЛЕВА, Г.В., Сравнительный анализ истории, теории и практики российского и британского медиаобразования. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / под ред. И.В.Чельшевой. М: МОО «Информация для всех», 2016. 193 с.
126. ЧЕРНЫШЕВА, Ю. А. Роль СМИ в современной России: приоритетные задачи в рамках диалога с государством // Молодой ученый. — 2016. — №3.
127. ШАРИКОВ, А.В. Медиа-образование: мировой и отечественный опыт /А.В. Шариков. - М.: Изд. НИИ СО и УК АПН СССР 1990. - 64 с.
128. ШИЛЛЕР, Г. Манипуляторы сознанием: пер. с англ. / Г. Шиллер; науч. ред. Я. Н. Засурский. М.: Мысль, 1980. 326 с.
129. ШЛЫКОВ, П.В. Национальная модель демократии и гражданского общества в Турции: динамика и основные детерминанты - 2015. - № 9. С. 241-256
130. ШОСТРОМ, Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации. М.: Астрель-пресс, 2008. 192 с.
131. ЯЖБОРОВСКАЯ, И.С. Глобализация и опыт трансформации в странах Центрально- и Юго-Восточной Европы. М., 2008. 378 с.
132. ЯЖБОРОВСКАЯ, И.С. Политические трансформации стран «Новой Европы» в составе Европейского Союза // Новая и новейшая история. 2014. № 6. С. 83-91.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

133. Ailede TV izleme süresi alışkanlık araştırması” [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: www.ensonhaber.com%2Fmedya%2Fturkiyede-televizyon-izleme-suresi-45-saati-asti
134. Atatürk'ün Ağzından Türk Milleti - Bilim araştırma vakfi [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: http://www.bilimarastirmavakfi.org/html2/a_agzindan_turk_milleti.html
135. Bağımsız Yaşam Derneği Ülkemizde TV Bağımliliği. [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://bayder.com.tr/ulkemizde-tv-bagimliliği/>
136. Bangemann Report, Europe and the Global Information Society (1994) [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.cyber-rights.org/documents/bangemann.htm>

137. Centru De Educație Nonformală "Diversitate" [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://diversitate.org.md/index.html>
138. Childnet International [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.childnet.com/>
139. Children and parents:Media use and attitudes report 2018 Published 29 January 2019 [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0024/134907/Children-and-Parents-Media-Use-and-Attitudes-2018.pdf
140. Common Sense Wanted Resilience To 'Post-Truth' And Its Predictors In The New Media Literacy Index 2018 Marin Lessenski Program Director, European Policies Program Open Society Institute – Sofia [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf
141. Curriculumul pentru disciplina opțională Educație pentru Media, treapta liceală, a fost aprobat de minister. Mediaticritica.md 20/08/2019 [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: https://educatia.mediaticritica.md/ro/2019/08/20/curriculumul-pentru-disciplina-opționala-educatie-pentru-media-treapta-liceala-a-fost-aprobat-de-minister/?fbclid=IwAR2ZicxmE6P4L8mIE26OIFYA0QjHnxHQA7lLIIeC7-ltdA_Q5btFrIdK41o
142. Din această toamnă, elevii claselor a 3-a și a 4-a vor studia opțional un curs nou la școală. Care este acesta – VIDEO PRO TV CHISINAU [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://protv.md/stiri/actualitate/din-aceasta-toamna-elevii-claselor-a-3-a-si-a-patra-studiaza-opțional---2035261.html>
143. EAVI – the European Association for Viewers Interests – [online]. [citată pe 10/04/2020]. Disponibil: <https://eavi.eu/about-us/>
144. E-Twinning [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.etwinning.net/tr/pub/index.htm>
145. EU Kids Online is a multinational research network. [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>
146. European Children's Film Association Welcome to ECFA [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.ecfaweb.org/>
147. European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129(INI) [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN>
148. Freedom in the World 2018 Moldova Profile [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2018/moldova>
149. Freedom in the World 2021 Turkey [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://rsf.org/en/ranking/2021>
150. Freedom in the World 2018/ Russia Profile/ [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2018/russia>
151. Finland Top- Rated For Press Freedom By Fran Waver, April 2016 5 [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.finland.fi/life-society/finland-top-rated-for-press-freedom/>
152. Grunwald Declaration On Media Education by the representatives of 19 nations at UNESCO's 1982 International Symposium on Media Education at Grunwald, Federal Republic of Germany. [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF

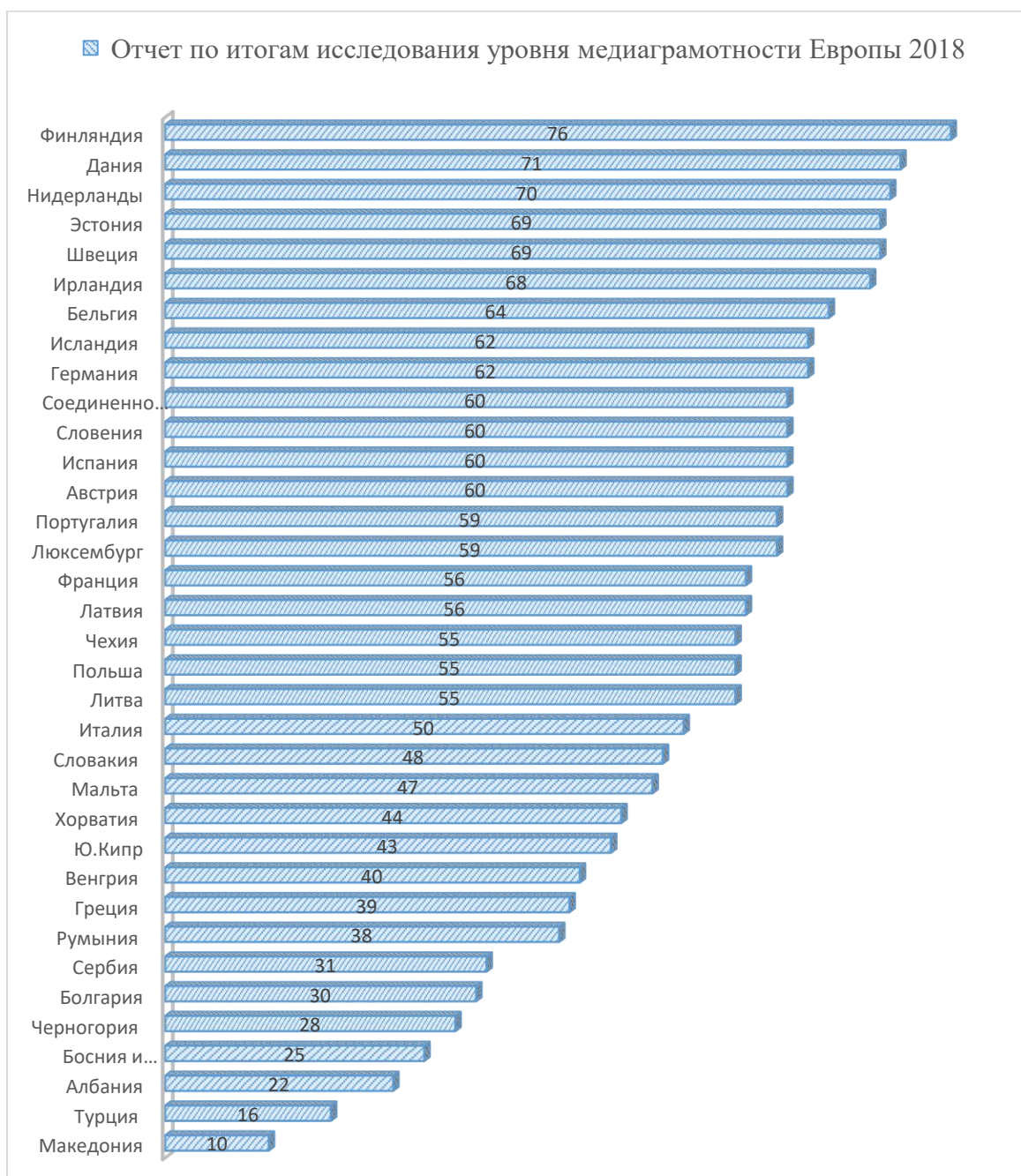
153. IREX is working to increase Moldovans [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.irex.org/region/europe-urasia/moldova>
154. Media and information literacy UNESCO. — [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>
155. Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education in Paris, on 21-22 June 2007. this joint initiative of the French Commission for UNESCO [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/Parisagendafin_en.pdf
156. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Mevzuat [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.rtuk.gov.tr/mevzuat-3725>
157. Radyo ve televizyonların kuruluş ve yayınları hakkında kanun, basın kanunu, gelir vergisi kanunu ile kurumlar vergisi kanununda değişiklik yapılmasına dair kanun Kanun No. 4676 Kabul Tarihi : 7.6.2001 [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4676.html>
158. Raport de monitorizare Elemente de propagandă, manipulare informațională și încălcarea a normelor deontologiei jurnalistice în spațiul mediatic autohton (1 ianuarie – 28 martie 2018) Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: http://www.media-azi.md/sites/default/files/RAPORT%20DE%20MONITORIZARE_RO.pdf
159. Recommendations addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO Youth Media Education Seville, 15-16 February 2002 [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/youth_media_education.pdf
160. Reuters Institute for the Study of Journalism / Digital News Report 2018 [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>
161. RTÜK Televizyon izleme eğilimleri araştırması - 2018 T.C. radyo ve televizyon üst kurulu kamuoyu, yayın araştırmaları ve ölçme dairesi başkanlığı YAYIN NO : 2018 /1 [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf>
162. The European project on Media Education— On Air, / Published on Oct 23, 2011 [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.slideshare.net/MariaRanieri1/me-europe-ran2011-modalit-compatibilit>
163. The Global Disinformation Order 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation Samantha Bradshaw . University of Oxford Philip N. Howard . University of Oxford [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>
164. The International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/ifla-guidelines-en.pdf>
165. The International Research & Exchanges Board (IREX) [online]. [citată pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.irex.org>
166. The Lisbon strategy 2009 - 2014 - European Parliament 5 October 2009.13 p. [online]. [citată pe 10/04/2022].

- Disponibil:http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/empl/dv/lisbonstrategybn_lisbonstrategybn_en.pdf
167. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası (Kurucu Mecliste Kabul Tarihi : 18.10.1982; Halkoyuna Sunulmak Üzere Tasarının Resmî Gazetede İlanı: 20.10.1982-17844; Kanununun Halkoyu ile Kabul Tarihi: 7.11.1982; Halkoyu Sonucunun Yayımlandığı Resmî Gazete Tarihi: 9.11.1982-17863 Mükerrer) Kanun No. : 2709 Kabul Tarihi : 7.11.1982 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa82.htm>
168. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2020 yılına ilişkin yazılı medya istatistikleri [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.bik.gov.tr/kurumsal-haberler/2020-yazili-medya-istatistikleri-aciklandi/>
169. Türkiye Radyo Ve Televizyon Kanunu Kanun Tertip: 5 Resmî Gazete Tarihi: 14.11.1983 Sayısı: 18221 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.Asp?MevzuatKod=1.5.2954&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=t%C3%BCrkiye%20radyo%20ve%20televizyon&Tur=1&Tertip=5&No=2954>
170. Türkiye'de ilk TV yayını 20 Kasım 2015 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.dunyabulteni.net/bir-zamanlar/turkiyede-ilk-tv-yayini-h346630.html>
171. Tutuklu Gazeteciler Expression Interrupted [online]. [citata pe 10/04/2020]. Disponibil: <https://www.expressioninterrupted.com/liste/>
172. WSIS Forum 2018 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.itu.int/net4/wsis/forum/2018/>
173. Youth Media Education, Seville Conference, 15-16 February 2002 [online]. [citata pe 10/04/2020]. Disponibil: <http://aeema.net/2011/01/youth-media-education-seville-conference-15-16-february-2002/>
174. 2020 Annual Media Monitoring Report [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.europeanjournalist.org/blog/2021/02/15/media-monitoring-report-2020-in-turkey-one-in-six-journalist-has-an-ongoing-trial/>
175. АРТАК, Шакарян Перспективы демократизации Турции 11.05.2006 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: http://www.noravank.am/rus/articles/detail.php?ELEMENT_ID=2081
176. БОНДАРЕНКО, Е.А. Медиаграмотность и информационная культура в современной российской школе. В: Международный электронный научно-образовательный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация», 7 номер, 2013 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://mic.org.ru/new/239-mediagramotnost-i-informatsionnaya-kultura-vsvoemnojj-rossijskojj-shkole>
177. В финских школах планируют отказаться от предметов. Но стоит ли? Пенни Спиллер, Би-би-си, Финляндия 29 мая 2017 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.bbc.com/russian/features-40082790>
178. ГОНЦА, Анетта СМИ в эпоху подделок. Подрыв доверия у нас и в мире. Журнал «Mass-Media в Молдове» Декабрь 2018 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: http://media-azi.md/sites/default/files/MMM_Decembrie-2018_RU_0.pdf
179. ГОНЦА, Анетта Политические интересы владельцев медиа диктуют правила игры в секторе. Журнал «Mass-Media в Молдове» июнь 2019 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: http://media-azi.md/sites/default/files/MMM_Iunie_2019_RU_Web.pdf
180. ГОТИШАН, Виктор Журналисты – заложники политиков? Журнал «Mass-Media в Молдове» июнь 2017 [online]. [citata pe 10/04/2022]. Disponibil: [http://www.mediaazi.md/sites/default/files/Журнал%20,,Massmedia"%20в%20Молдове%20С%20июнь%202017_1.pdf](http://www.mediaazi.md/sites/default/files/Журнал%20,,Massmedia)

181. Владеющий информацией владеет миром: Влияние политически аффилированных СМИ на выборы в Молдове в 2016 году Михай Могылдя MEDIA-M) Февраль 2018 года | No 2 [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://freedomhouse.org/sites/default/files/02-Seize the Press-RU.pdf>
182. Георгий Почепцов . Фейки в системе коммуникаций RELGA – научно-культурологический журнал. №6 [339] 30.05.2018 [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?level1=magazine>
183. Гибридный режим крепчает. Почему Молдова опустилась в рейтинге Democracy Index 2018. 9 января 2019 /NewsMaker [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://newsmaker.md/rus/novosti/gibridnyy-rezhim-krepchaet-pochemu-moldova-opustilas-v-reytinge-democracy-index-20-41045/?fbclid=IwAR37fsFICXpZQ3LuRpAdqs2Xy14PBg2cqt3lebeZiPW33wjVEbIupe6iBwI>
184. МАРТЫНОВ, Д., ОСЬКИН А.: СМИ и научно-технический прогресс. ДИСТРИПРЕСС 03.02.2011 [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://distpress.ru/component/content/article.html?id=25733>
185. ДЗЯЛОШИНСКИЙ И. М. Гражданские коммуникации и публичная политика. – [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://ashpi.asu.ru/rapn/reports06/dzshnsky.html>
186. ДЗЯЛОШИНСКИЙ, И. М. Еще раз о защите человека от медиаугроз: традиционные и новые походы [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share//direct/213653727>
187. ДИВИНА, Фрау-Майгс Медиаграмотность - средство от манипуляции ЮНЕСКО[online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://ru.unesco.org/courier/july-september-2017/mediagramotnost-sredstvo-ot-manipulyacii>
188. Доклад о ситуации в СМИ Республики Молдова в 2010 году [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://media-azi.md/ru/доклад-о-ситуации-в-сми-республики-молдова-в-2010-году>
189. Европейская квалификационная рамка для обучения в течение всей жизни (EQF) 2009. DOI 10.2766/14352 Т.В.Есина, Е.А.Светлова, З.В.Шардыко, Е.В.Шевченко, перевод / под ред. Е.В.Шевченко [электронный ресурс] [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/nauk%20method%20rada/ekr.pdf>
190. Есть ли независимые СМИ в РФ? 05 Апрель, 2016 информационный интернет-ресурс– «Голос Америки» [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.golos-ameriki.ru/a/are-there-independent-media-in-russia/3270263.html>
191. Журнал «Mass-Media в Молдове» декабрь 2009 [online]. [citat pe 10/04/2020]. Disponibil: http://www.ijc.md/bulmm/2009decembrie/BMM_2009_decembrie_ru.pdf
192. Исследование: половина россиян не доверяет большинству сообщений в СМИ 22.10.2018 [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://ria.ru/society/20181022/1531152831.html>
193. Кодекс телерадиовещания №260 от 27.07.2006, Парламент Республики Молдова, 2006 г., [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://lex.justice.md/viewdoc.php?action=view&view=doc&id=316988&lang=2>
194. Ложь в Twitter распространяется быстрее, чем правда Интернет-издание— "Научный корреспондент"2019. [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://nauchkor.ru/media/lozh-v-twitter-rasprostranyaetsya-bystree-chem-pravda-5b2e223b7966e104d82ae0c5>

195. МЕДУШЕВСКИЙ, А. Н. Сталинизм как модель. Обзорение издательского проекта «РОССПЭН» «История сталинизма» // Опубликовано в журнале Вестник Европы, номер 30, 2011. [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://magazines.gorky.media/vestnik/2011/30>
196. Международная конференция «Медиа- и информационная грамотность в обществах знаний». Московская декларация о медиа- и информационной грамотности Москва, 28 июня 2012 года [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow_Declaration_on_MIL_rus.pdf
197. Мнение: Фейки бесполезно опровергать [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://tjournal.ru/56955-mnenie-feyki-bespolezno-oprovergat>
198. Молдова за 20 лет независимости: взгляд из Вашингтона «Голос Америки» 01 Сентябрь, 2011 Юлия Савченко [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.golos-ameriki.ru/a/moldova-independence-anniversary-2011-09-01-128869098/243604.html>
199. МОИСЕЕВА, Н. Влияние социально-коммуникационного подхода на формирование концепции медиаобразования (№4 [277] 01.04.2014) [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=3848&level1=main&level2=articles>
200. Национальное исследование Восприятие Населением Средств Массовой Информации В Республике Молдова Ноябрь 2018 [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: https://www.internews.org/sites/default/files/2018-11/03_INTERNEWS_Final%20report_25.10.18_RU.pdf
201. Опциональный курс медиаобразования предлагается ввести в школах Молдовы IPN – независимое информационное агентство [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://www.ipn.md/ru/societate/82831>
202. Парламентская Ассамблея Совета Европы. Документ № 8753 от 6 июня 2000 (Parliamentary Assembly, Council of Europe. Doc. 8753, June 6, 2000. [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.ifap.ru/library/book288.pdf>
203. Провозглашение Всемирной недели медийной и информационной грамотности Конференция: UNESCO. General Conference, 40th, 2019. [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370274_rus
204. Радио Свобода «Одна из задач медиаобразования — критически оценивать информацию» 24 august, 2018 Tamara Grejdeanu [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.europalibera.org/a/interview-nadine-gogu-media-people-fake-news-parents-children-/29450675.html>
205. Распоряжение Правительства Российской Федерации "Концепция долгосрочного социально-экономического развития российской федерации на период до 2020 года" от 17 ноября 2008 г. N 1662-р (ред. от 08.08.2009) [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/fcp/rasp_2008_N1662_red_08.08.2009
206. Свобода (личности) Megabook [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: [https://megabook.ru/article/Свобода%20\(личности\)](https://megabook.ru/article/Свобода%20(личности))
207. Свободы не видать. Молдавские СМИ поделили на две группы интересов [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://newsmaker.md/rus/novosti/svobody-ne-vidat-moldavskie-smi-podelili-na-dve-gruppy-interesov-31045>
208. Свыше 1500 школьников посещают занятия по медиа-образованию в 2018-2019 учебном году Портал Media Azi [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://media-azi.md/ru/stiri/свыше-1500-школьников-посещают-занятия-по-медиа-образованию-в-2018-2019-учебном-году>

209. Сетевое издание «РИА Новости» Эксперты: медиаобразование поможет школьникам отличить правду от фейка 21.03.2017 [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://ria.ru/sn/20170321/1490482430.html>
210. СМИ в корень. Как социологи и журналисты выясняли, кто здесь четвертая власть 15 мая 2018.newsmaker.md. [online]. [citat pe 10/04]. Disponibil: <https://newsmaker.md/rus/novosti/smi-v-koren-kak-sotsiologi-i-zhurnalisty-vyyasnyali-kto-zdes-chetvertaya-vlast-37390/>
211. Социальный проект программа «NOVATECA» «Novateca» [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://novateca.md/ru/about-novateca/program-overview>
212. ТОФФЛЕР, Элвин Book: «Третья волна» [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.e-reading.club/bookreader.php/1047785/Toffler - Tretya volna.html>
213. Фактчекинг эпохи постправды Эхо Москвы Ведущие: Александр Плющев, Сергей Оселедько 09 АПРЕЛЯ 2017, [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://echo.msk.ru/programs/tochka/1958964-echo/q.html>
214. Федеральный закон от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102144583>
215. Повышение устойчивости информации в медиа-секторе Дану Марин (MEDIA-M) Апрель 2018 | No 4 [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: https://freedomhouse.org/sites/default/files/inline_images/Moldova_Policy_Brief_Information_Resilience_RU_2.pdf
216. ХАНДРАБУРА, Лоретта, Постоянный процесс для хорошо информированного потребителя и создателя СМИ. Журнал «Mass-Media в Молдове» Декабрь 2017. [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: http://media-azi.md/sites/default/files/MMM_Decembrie-2017_RU_0.pdf
217. Хороший режим гибридным не назовут. Почему Молдова упала в мировом рейтинге демократии 2 февраля 2018 /NewsMaker [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://newsmaker.md/rus/novosti/horoshiy-rezhim-gibridnym-ne-nazovut-pochemu-moldova-upala-v-mirovom-reytinge-demo-35902/>
218. Эрдоган и турецкие СМИ: «А вы прочитали этого журналиста? Он не знает, что говорит. Он предатель...» Издательский дом «Новая газета» [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/03/14/67768-erdogan-i-turetskie-smi-171-a-vy-prochitali-etogo-zhurnalista-on-ne-znaet-chto-govorit-on-predatel-187>



Индекс оценивает потенциальную устойчивость к распространению фейковых новостей в 35 европейских странах, используя показатели свободы СМИ, образования и доверия между людьми к феномену пост-правды. Результаты показывают, что страны Северо-Западной Европы обладают более высоким потенциалом устойчивости к распространению фальшивых новостей благодаря лучшему образованию, свободным СМИ и высокому доверию между людьми.

Источник: Common Sense Wanted Resilience To 'Post-Truth' And Its Predictors In The New Media Literacy Index 2018 Marin Lessenski Program Director, European Policies Program Open Society Institute – Sofia [online]. [citat pe 10/03/2020]. Disponibil: http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf

2.3. Таблица: №-1

Методологические показатели <u>исследования</u>.	
Показатели	Влияние
Показатели свободы средств массовой информации	
индекс организации Freedom House	20%
индекс организации «Репортеры без границ».	20%
Показатели качества педагогического образования	
Оценка PISA по грамотности чтения ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития – OECD)	30%
Оценка PISA по научной грамотности ОЭСР	5%
Оценка PISA по математической грамотности (ОЭСР)	5%
Доля населения (%) с высшим образованием (Евростат)	5%
Показатели доверия	
Показатели по доверию в обществе	10%
Показатели Формы участия в ЕС	
Индекс электронного участия (ООН)	5%
Индекс преобразует данные в стандартизированные оценки от 0 до 100 (от низшего к высшему) и ранжирует страны от 1 до 35 (от наивысшего к низшему).	

Индекс вбирает в себя данные нескольких замеров и учитывает их данные согласно четкой структуре. 40% вводных дают показатели свободы журналистики, из которых 20% данные рейтинга Freedom House и 20% индекс организации «Репортеры без границ». Вторая большая вводная основывается на данных образования, в 40% процентах на разных данных теста PISA и 5% на доле людей с высшим образованием в обществе. Остальная часть делится на 10% данных Евростата по доверию в обществе и 5% данных членства в ЕС.

Источник: Common Sense Wanted Resilience To ‘Post-Truth’ And Its Predictors In The New Media Literacy Index 2018 Marin Lessenski Program Director, European Policies Program Open Society Institute – Sofia [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil:

http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf

2.3. Таблица: №-2

Индекс медиаграмотности 2018 года.					
кластер	Страна	Отметка 2018 (100- 0)	Ранжирование (1-35)	Изменение в счете 2017 г	Изменение рейтинга 2017 г
1	Финляндия	76	1	0	0
	Дания	71	2	-1	0
	Нидерланд	70	3	-1	0
	Швеция	69	4	2	2
	Эстония	69	5	1	0
	Ирландия	68	6	0	-2
2	Бельгия	64	7	1	0
	Германия	62	8	0	0
	Исландия	62	9	3	3
	Великобритания	60	10	1	1
	Словения	60	11	0	-2
	Австрия	60	12	0	-2
	Испания	60	13	2	3
	Люксембург	59	14	0	-1
	Португалия	59	15	1	-1
	Франция	56	16	2	3
	Латвия	56	17	0	1
	Польша	55	18	-3	-3
	Чешская Республика	55	19	-1	-2
	Литва	55	20	0	0

Продолжение Таблица: № 2					
3	Италия	50	21	1	1
	Словакия	48	22	-3	-1
	Мальта	47	23	0	0
	Хорватия	44	24	-2	0
	Ю.Кипр	43	25	0	0
	Венгрия	44	26	-2	0
	Греция	39	27	1	1
	Румыния	38	28	0	-1
4	Сербия	31	29	-2	0
	Болгария	30	30	0	0
	Черногория	28	31	-2	0
	Босния и Герцеговина	25	32	1	0
	Албания	22	33	1	0
5	Турция	16	34	1	0
	Македония	16	35	-1	0

Государства расположились по кластерам пять разных групп из 35 стран. Таблица визуализируется следующим образом: (а) Пять кластеров, основанных на индексных баллах стран. (б) 35 стран в индексе, ранжированные в соответствии с их индексом балла. Стандартизированные оценки от 100 до 0, от наивысшего к низшему. Каждая группа содержала по кластерам являются иерархическими с похожими характеристиками, то есть страны с самыми высокими показателями находятся в первом кластере, а страны с самыми низкими показателями - в последнем. Кроме того, кластер 1 ближе и больше похож на кластер 2, а кластер 4 ближе и больше похож на кластер 5.

Источник: Common Sense Wanted Resilience To 'Post-Truth' And Its Predictors In The New Media Literacy Index 2018 Marin Lessenski Program Director, European Policies Program Open Society Institute – Sofia [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf

ДОВЕРИЕ В ДРУГИХ: РЕЙТИНГ			
В таблице указаны европейские страны, ранжированные в соответствии их оценкой по показателю «Доверие к другим».			
Степень	Страна	По шкале 10-0	В стандартизированных оценка 100-0
1	Дания	8.3	100
2	Финляндия	7.4	83
3	Исландия	7.0	76
4	Нидерланды	6.9	74
5	Швеция	6.9	74
6	Латвия	6.5	66
7	Словения	6.5	66
8	Ирландия	6.4	64
9	Румыния	6.4	64
10	Испания	6.3	62
11	Мальта	6.2	60
12	Великобритания	6.1	59
13	Литва	6.1	59
14	Польша	6.0	57
15	Австрия	5.9	55
16	Эстония	5.8	53
17	Словакия	5.8	53
18	Бельгия	5.7	51
19	Италия	5.7	51
20	Германия	5.5	47
21	Люксембург	5.5	47

Продолжение Таблица: № 3			
22	Греция	5.3	43
23	Португалия	5.3	43
24	Чехия	5.3	43
25	Венгрия	5.3	43
26	Хорватия	5.1	40
27	Франция	5.0	38
28	Ю.Кипр	4.5	28
29	Турция	4.5	28
30	Болгария	4.2	23
31	Сербия	4.2	23

В таблице указаны европейские страны, ранжированные в соответствии их оценкой по показателю «Доверие к другим». В таблицу не включены страны с вмененными данными. В таблице приведены исходные шкалы от 10 до 0 баллов. (от самого высокого доверия до отсутствия доверия) а также стандартизированные показатели от 100 до 0 (от высшего к низшему). Материалы – также доступно на Евростата. Страны, занявшие первые места в рейтинге Индекса, как правило, имеют более высокий уровень доверия среди людей стран EU (Table 3), а самый низкий балл означает что «Вы не доверяете никому другому».

Источник: Common Sense Wanted Resilience To ‘Post-Truth’ And Its Predictors In The New Media Literacy Index 2018 Marin Lessenski Program Director, European Policies Program Open Society Institute – Sofia [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf

ИНДЕКС СВОБОДЫ СМИ 2018 FREEDOM HAUSE		
СТРАНА	МЕСТО	СТАТУСЫ
Македония	117	частично свободные
Турция	149	несвободные
Албания	82	частично свободные
Босния и Герцеговина	66	частично свободные
Черногория	114	частично свободные
Болгария	106	частично свободные
Сербия	67	частично свободные
Румыния	52	частично свободные
Греция	91	частично свободные
Венгрия	65	частично свободные
Ю. Кипр	24	свободные
Хорватия	58	частично свободные
Мальта	48	свободные
Словакия	14	свободные
Италия	73	частично свободные
Литва	31	свободные
Польша	18	свободные
Чехия	13	свободные
Латвия	28	свободные
Франция	38	свободные
Люксембург	19	свободные
Португалия	26	свободные
Австрия	7	свободные
Испания	33	свободные
Словения	35	свободные
Соединенное Королевство	34	свободные
Германия	12	свободные
Исландия	21	свободные

Продолжение Таблица № 4

Бельгия	15	свободные
Ирландия	11	свободные
Швеция	5	свободные
Эстония	10	свободные
Нидерланды	4	свободные
Дания	3	свободные
Финляндия	1	свободные
Россия	152	несвободные
Республика Молдова	72	частично свободные

В таблице приведены только оценки свободы СМИ на основе международно признанных опросов Freedom House Freedom. Для оценки ситуации в странах использовался ряд критериев, в том числе отсутствие частных или независимых СМИ, блокирование Интернет-сайтов, ограничения на запись и распространение электронной информации, лицензирование журналистской деятельности, ограничение свободы передвижения журналистов, государственный контроль над работой журналистов, глушение зарубежных вещательных станций и недопущение в страну иностранных корреспондентов.

Источник: Индекс свободы СМИ 2018 Freedom House [online]. [citat pe 10/04/2022]. Disponibil: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world-2018-table-country-scores>

ПРИЛОЖЕНИЕ-2 (Резолюция Европарламента от 16 декабря 2008 года по медиаграмотности в мире цифровых технологий (2008/2129(INI))
European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129(INI))

Европарламент, руководствуясь следующими документами:

- «Конвенция о защите и развитии многообразия форм культуры», принятая ЮНЕСКО в 2005 году,
- Директива Европарламента и Европейского совета от 11 декабря 2007 года (2007/65/ЕС), вносящая поправку в Директиву Совета Европы 1989 года (89/552/ЕЕС) по вопросу координирования определённых мер, установленных в законном и нормативно-административном порядке в странах Евросоюза, и касающихся вопросов телевидения, в особенности, декларативная часть 37 Директивы 2007 года (2007/65/ЕС) и статья 26 Директивы 1989 года (89/552/ЕЕС),
- Решение № 854/2005/ЕС, принятое Европарламентом и Советом Европы 11 мая 2005 года, о создании долгосрочной общественной программы по повышению безопасности пользователей сети Интернет и новейших онлайн технологий,
- Решение № 1718/2006/ЕС, принятое Европарламентом и Советом Европы 15 ноября 2006 года, и касающееся реализации программы поддержки европейского аудиовизуального сектора экономики (MEDIA 7),
- Рекомендация, выработанная Европарламентом и Советом Европы 20 декабря 2006 года, о защите национальных меньшинств, человеческого достоинства и о праве на ответное возражение в конкурентной европейской индустрии аудиовизуальных и информационных онлайн услуг (2006/952/ЕС),
- Рекомендация, выработанная Европарламентом и Советом Европы 18 декабря 2006, о ключевых компетенциях обучения в рамках непрерывного образования в течение всей жизни (2006/962/ЕС),
- Коммюнике Еврокомиссии от 20 декабря 2007 года: «Европейский подход к медиаграмотности в мире цифровых технологий» (COM(2007)0833),
- рабочий документ Еврокомиссии 2007 года: «Медиаплюрализм в странах Евросоюза» (SEC(2007)0032),

- Коммюнике Еврокомиссии от 1 июня 2005 года: «i2010 – Европейское информационное общество профессионального роста и занятости» (СОМ(2005)0229),
- Резолюция от 20 ноября 2002 года о концентрации средств массовой коммуникации,
- Резолюция от 6 сентября 2005 года о применении Статьи 4 и 5 из Директивы 1989 года (89/552/ЕЕС) («Телевидение без границ») с учётом поправок Директивы 1997 года (97/36/ЕС), на период 2001-2002 года,
- Резолюция от 27 апреля 2006 года о переходе от аналогового к цифровому вещанию: перспектива развития европейской аудиовизуальной политики и культурного многообразия,
- решения Совета Европы от 20 мая 2008 года, касающиеся компетенций межкультурной коммуникации и европейского подхода к медиаграмотности в эпоху цифровых технологий,
- Грюндвальская Декларация по медиаобразованию, принятая ЮНЕСКО в 1982 году,
- Парижская программа ЮНЕСКО или 12 рекомендаций по медиаобразованию,
- Рекомендация Комитета Министров Совета Европы (РЕС(2006)12) для стран-членов Евросоюза о предоставлении детям широких возможностей в сфере инфокоммуникационных технологий,
- Правило 45 Устава Европарламента,
- Отчёт Комитета по делам культуры и образования (А6-0461/2008),

и учитывая то, что:

- а) влияние медиа всё сильнее ощущается в политической и повседневной жизни общества; высокая степень концентрации медиа может угрожать плюрализму средств массовой коммуникации; медиаграмотность играет центральную роль в политической культуре и активном участии граждан Евросоюза,
- б) границы между всеми видами медиа (аудиовизуальными и печатными, традиционными и цифровыми) стираются и разные формы медиа сближаются в техническом и содержательном плане; новые средства массовой коммуникации проникают во все сферы человеческой жизни благодаря инновационным технологиям; эти новые медиа стимулируют граждан быть более активными медиапользователями; кроме того, сообщества граждан, сетевые блоги и видеоигры также являются формами медиа,

в) для юных медиапользователей Интернет выступает в качестве первого и наиболее важного источника информации; они применяют свои навыки работы в Интернете для удовлетворения личных потребностей по собственной инициативе, в отличие от взрослых, получающих информацию преимущественно благодаря радио, ТВ, газетам и журналам; ввиду этого в современном медиaprостранстве медиаграмотность помогает успешно решать задачи, которые ставят новые медиа, в особенности, – использовать широкие возможности медиа для интерактивного и творческого участия граждан, а также помогает восполнить знания, необходимые для традиционных медиа, которые продолжают оставаться главным источником информирования общественности,

г) некомпетентный пользователь может «утонуть» в океане информации, которую предлагают новейшие коммуникационные технологии, которая никак не систематизируется по степени важности, что приводит к ещё более серьёзной проблеме – нехватке информации,

д) соответствующая подготовка граждан в области информационных технологий и использования медиа с соблюдением прав, и свобод других граждан, в значительной степени повышает возможности трудоустройства отдельных граждан, способствует развитию экономики в целом и позволяет достигнуть целей Лиссабонской образовательной стратегии;

е) широкий доступ к информационным технологиям предоставляет каждому члену общества возможность передачи информации в глобальном масштабе, делая его потенциальным «журналистом», и вызывает необходимость медиаграмотности не только для понимания информации, но также для создания и распространения собственного медиаконтента; притом владение навыками работы на компьютере сами по себе автоматически не ведут к повышению медиаграмотности,

ж) когда речь идёт о развитии телекоммуникационных сетей и степени распространения информационно-коммуникационных технологий, выясняется, что в данном вопросе существуют значительные различия между странами-членами Евросоюза, а также между отдельными районами, в особенности это касается отдалённых районов или сельской местности, что угрожает дальнейшему увеличению разрыва в области цифровых технологий на территории Евросоюза,

з) школы выполняют важную роль в процессе воспитания граждан, обладающих коммуникативной и критической компетентностью; а ситуация в плане медиаобразования

значительно различается между странами Евросоюза и отдельными районами внутри этих стран, аналогичная ситуация складывается и в плане внедрения и использования инфокоммуникационных технологий в сфере образования; медиаобразование может осуществляться, в первую очередь, медиаграмотными учителями, получившими соответствующую подготовку в данной области,

и) медиаобразование имеет существенное значение для достижения высокого уровня медиаграмотности – важного компонента политического образования, который помогает людям подкрепить их активную гражданскую позицию и понимание их гражданских прав и обязанностей; более того, хорошо осведомлённые и политически зрелые граждане – основа плюралистического общества; создавая собственный медиаконтент и образцы медийной продукции, пользователи глубже понимают принципы и ценность профессионально созданных медиатекстов;

к) медиаобразование пожилых людей не очень развито по сравнению с медиаобразованием молодёжи, поэтому пожилые люди нередко испытывают страх и растерянность перед новыми медиа,

л) угрозы безопасности личных данных значительно возросли и усложнились, некомпетентные пользователи подвергаются высокому риску обмана,

м) медиаграмотность – это принципиально важное профессиональное качество в обществе инфокоммуникационных технологий,

н) медиа предоставляют возможности для глобальной коммуникации и открытого включения в мировое сообщество, медиа – краеугольный камень демократического общества, они передают знания и предоставляют информацию, новейшие цифровые средства коммуникации создают благоприятные условия для активного участия и творчества граждан, тем самым, вовлекая их в общественно-политические процессы,

о) на данный момент отсутствует полная информация, которая позволила бы достаточно точно определить уровень медиакомпетентности граждан Евросоюза,

п) несомненная важность медиаграмотности была подчёркнута ЮНЕСКО, к примеру, в Грюндвальской Декларацией по медиаобразованию (1982) и Парижской программой ЮНЕСКО – 12 рекомендаций по медиаобразованию (2007),

выработал ряд положений, согласно которым он:

Принципы

1. одобряет вышеизложенное коммюнике Еврокомиссии по вопросам медиаграмотности в эпоху цифровых технологий, и верит в возможность улучшения сложившейся ситуации до степени, которую европейский подход стремился достичь в том, чтобы более чётко представить круг проблем, связанных с медиаграмотностью, особенно в части вовлечения традиционных медиа и признания важности медиаобразования;
2. одобряет решения Совета Европы от 22 мая 2008 года о ключевых компетенциях межкультурной коммуникации; выражает надежду, что страны Евросоюза сделают всё возможное для развития медиаграмотности и вносит предложение о том, чтобы комитет по связям стран Евросоюза в соответствии с Директивой 89/552/ЕЕС укрепил свои позиции путём включения в свой состав специалистов в области образования;
3. настоятельно советует Еврокомиссии принять соответствующую рекомендацию, составить план комплексных мероприятий по медиаграмотности; настоятельно рекомендует Еврокомиссии провести в 2009 году встречу комитета по связям стран Евросоюза по проблеме аудиовизуальных медиа услуг с целью интенсификации информационного обмена и оптимизации эффективного сотрудничества на постоянной основе;
4. призывает авторитетные учреждения, ответственные за регулирование аудиовизуальных и электронных коммуникаций к сотрудничеству на разных уровнях в целях повышения медиаграмотности населения; подтверждает чрезвычайную необходимость разработки на федеральном уровне кодексов поведения и общих административных инициатив; особо подчёркивает необходимость участия всех заинтересованных лиц в поддержке систематического изучения и постоянного анализа различных аспектов и показателей медиаграмотности;
5. также рекомендует Еврокомиссии привлечь Экспертную группу по медиаграмотности (*Media Literacy Expert Group*) для обсуждения вопросов медиаобразования и предлагает, чтобы эта группа экспертов проводила более регулярные встречи и оказывала консультативную поддержку официальным представителям всех стран Евросоюза на постоянной основе;
6. отмечает, что помимо ведущих политических деятелей, журналистов, работников радио и телевидения, а также медийных компаний, активно содействовать повышению медиаграмотности также могут малые организации на местах, такие как библиотеки, образовательные центры для взрослых, общественные центры культуры и медиа,

- учреждения дополнительной общеобразовательной и специальной подготовки, местные любительские медиа;
7. призывает Еврокомиссию, руководствуясь Статьёй 26 из Директивы 89/552/ЕЭС, выработать показатели медиаграмотности с целью развития медиаграмотности в Евросоюзе в долгосрочной перспективе;
 8. указывает на то, что медиаграмотность – это способность использовать медиа в личных целях и без посторонней помощи, понимать и критически оценивать различные аспекты медиа как таковые и содержание медиа, передавать (независимо от контекста), создавать и распространять медиатексты; отмечает, что при наличии многочисленных ресурсов в открытом доступе чрезвычайно важно уметь выделить необходимую информацию из огромного потока данных и видеоинформации, которые предоставляют современные медиа, и классифицировать их / отнести к определённой категории;
 9. подчёркивает, что медиаграмотность – базовый элемент политики в сфере потребления информации, это основа для понимания и осведомлённости в вопросах, касающихся интеллектуальных прав, и необходимое условие для привлечения граждан к участию в демократической жизни и стимулирования межкультурного диалога;
 10. настоятельно рекомендует Еврокомиссии развивать политику в области повышения медиаграмотности, работая в тесном сотрудничестве со всеми подразделениями Евросоюза, а также с местными и региональными организациями, усилить сотрудничество с ЮНЕСКО и Советом Европы;

Цели и целевые группы

11. утверждает, что работа в области медиаобразования должна охватывать всех граждан – детей, молодёжь, взрослых, пожилых людей, а также нетрудоспособных людей;
12. отмечает, что овладение навыками медиаграмотности начинается в семье, где ребёнка учат делать правильный выбор в отношении различных доступных услуг медиа, – подчёркивая, тем самым, важность медиаобразования для родителей, которые играют решающую роль в развитии навыков и умений будущих медиапользователей, – и продолжается в школе и на протяжении всей жизни благодаря усилиям федеральных, государственных и административных органов, а также благодаря работе медийных профессионалов и институтов медиа;
13. обращает внимание, что цель обучения медиаграмотности – помочь людям в практическом и творческом использовании медиа и их содержания, научить их критически анализировать продукцию медиа, понимать характер работы индустрии медиа, а также самостоятельно создавать собственный медиаконтент;

14. рекомендует применение медиаобразования для просвещения населения в вопросах, касающихся авторских прав при использовании медиа и важности соблюдения прав на интеллектуальную собственность (особенно это касается сети Интернет), по проблеме защиты данных и конфиденциальной информации от несанкционированного доступа и права на самостоятельный выбор информации; особо подчёркивает необходимость информирования медиапользователей о потенциальных рисках, связанных с безопасным использованием информационных технологий и защитой личных данных, а также рисков, связанных с кибернасилием;
15. отмечает, что рекламная деятельность – это важная сфера услуг, которую предоставляют современные масс-медиа; особо подчёркивает, что медиаграмотность позволяет выработать критерии оценки средств и технологий, используемых в рекламной деятельности;

Обеспечение доступа к информационно-коммуникационным технологиям

16. призывает европейских политических лидеров сократить разрыв между странами Евросоюза, городом и сельской местностью, в применении цифровых технологий путём развития информационно-коммуникационной инфраструктуры, а главное, путём установления широкополосного доступа в районах, полностью не оснащённых соответствующим оборудованием;
17. отмечает, что обеспечение доступа к широкополосной сети Интернет также важно для предоставления массовых услуг общего направления, этот доступ должен отличаться разнообразием, высоким уровнем качества и широкими потребительскими возможностями; каждый гражданин должен иметь возможность для использования недорогой широкополосной связи;

Медиаобразование в школах и педагогических образовательных учреждениях

18. утверждает, что медиаобразование должно стать компонентом формального образования, доступным всем детям, оно должно стать неотъемлемой частью учебного программы на каждой ступени школьного обучения;
19. настоятельно рекомендует включить медиаграмотность в качестве 9 базовой компетенции в европейскую программу образования в течение всей жизни, представленную в Рекомендации 2006/962/ЕС;
20. рекомендует сделать медиаобразование максимально приближенным к практической деятельности и связать его с предметами экономической, политической, словесной,

- социальной, художественной и информационной направленности, и предлагает в перспективе ввести специальный предмет – «Медиаобразование», а при использовании междисциплинарного подхода связать его с реализацией внешкольных проектов;
21. рекомендует образовательным учреждениям поощрять и поддерживать создание медийной продукции (печатная полоса, аудио/видео продукция) путём вовлечения в этот процесс учащихся и преподавателей, тем самым, обеспечивая практическое обучение медиаграмотности;
 22. призывает Еврокомиссию учесть при разработке критериев медиаграмотности качество школьного и педагогического образования в данной области;
 23. отмечает, что помимо вопросов образовательной политики, немаловажное значение имеет техническое оснащение и доступ к новейшим технологиям; школьная техническая база остро нуждается в модернизации, чтобы обеспечить всем школьникам доступ к компьютерам, сети Интернет и необходимому обучению;
 24. утверждает, что медиаобразование представляет особую важность для специализированных школ, если учесть, что медиа могут во многом помочь нетрудоспособным людям преодолеть препятствия на пути к коммуникации;
 25. рекомендует Еврокомиссии включить в программу подготовки педагогических кадров обязательные модули по медиаобразованию для всех ступеней школьного образования, чтобы способствовать более интенсивному внедрению этого предмета; призывает соответствующие органы федеральной власти познакомить учителей всех специальностей и во всех типах школ с использованием аудиовизуальных средств обучения и с проблемами, касающимися медиаобразования;
 26. подчёркивает острую необходимость постоянного обмена информацией, опытом эффективной практической деятельности в сфере образования, педагогических методов между странами Евросоюза;
 27. призывает Еврокомиссию посвятить отдельный раздел последующих программ вопросам медиаграмотности, т.к. в текущей программе «MEDIA 2007» уделяется очень мало внимания развитию медиаграмотности; поддерживает предложение Еврокомиссии разработать новую программу – «Media Mundus» в поддержку международного сотрудничества в аудиовизуальном секторе экономики; призывает отводить более важное место проблеме медиаграмотности в других программах поддержки, реализуемых Евросоюзом, в частности таких, как «Life Learning», «eTwinning», «Safer Internet» и «European Social Fund»;

Медиаобразование для пожилых людей

28. утверждает, что медиаобразование пожилых людей должно осуществляться по месту их пребывания, к примеру, в домах и интернатах для престарелых с разными формами обслуживания, в обществах для пожилых людей, в местах для отдыха, в клубах по интересам, общественно-политических комитетах и организациях для представителей старшего поколения;
29. отмечает, что цифровые технологии позволяют людям старшего поколения, в частности, принимать участие в повседневной жизни общества посредством обмена информацией и через общение, а также они помогают им как можно дольше сохранять независимость и вести самостоятельный образ жизни;
30. подчёркивает, медиаобразование для людей старшего поколения должно учитывать различные сферы их жизнедеятельности, их знания и опыт, также их способ работы с медиа;
31. поручает Президенту направить эту резолюцию в Совет Европы, в Еврокомиссию, в Европейский экономический и социальный комитет, Комитет регионов, а также правительствам и парламентам стран Евросоюза.

Перевод «European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world» (<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN> сделан членом Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России Галиной Викторвной Михалевой, Таганрогский государственный педагогический институт)

PE3IOME ABTOPA (CURRICULUM VITAE EUROPASS)

ДЕКЛАРАЦИЯ ОБ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Ниже подписавшийся, заявляю, что материалы, представленные в диссертации, являются результатом собственных исследований и достижений, в противном случае, буду нести ответственность в соответствии с действующим законодательством.

Темель Карааслан

Подпись

Дата:.