

Ирина Владимировна Жилавская,
кандидат филологических наук,
заведующая кафедрой ЮНЕСКО
по медиа-информационной грамотности и медиаобразованию
Московского педагогического государственного университета (МПГУ)
zhiv3@yandex.ru

**МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР,
СПОСОБСТВУЮЩИЙ САМОАКТУАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ
В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Текст доклада на 24-м заседании семинара
«Методологические проблемы наук об информации»
(Москва, ИНИОН РАН, 28 января 2016 г.)

Доклад состоит из двух частей, раскрывающих заявленную тему в определённой последовательности:

1. Концептуальная триада «Информация, медиа, коммуникация»;
2. Медиаобразование и самоактуализация личности в информационном обществе.

Введение

Во второй половине XX века человечество столкнулось с целым рядом проблем, от решения которых зависит будущее цивилизации. Эти проблемы были названы глобальными (общечеловеческими, планетарными, универсальными и др.). Составной частью экологии, связанной с обеспечением выживания вида *Homo sapiens*, является экология медиапространства. Данная область научных исследований приобретает всё

большую актуальность в связи с необходимостью понимания и переосмысления роли и места человека в глобальной медиа-информационной системе.

Задача системного видения и осознания происходящих в современном мире процессов неизбежно приводит нас к репрезентации понятий «информация», «медиа», «коммуникация» как частей некой единой и целостной концептуальной триады. На повестку дня научных исследований выходит и проблематика медиаобразования, которая понимается как технология, способствующая самоактуализации личности в информационном обществе.

Часть 1. Концептуальная триада «Информация, медиа, коммуникация»

Для начала рассмотрим понятие *«информация»* с точки зрения социальных систем как совокупности элементов, находящихся между собой в определённых отношениях и образующих определённую целостность. В этом контексте нас в большей степени будет интересовать не количественная, а качественная сторона информации, т.е. её содержание, смысловая наполненность.

Интерес к качественной стороне информации проявился в классической работе Норберта Винера «Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине» (1948). В ней информация начала пониматься как феномен, органически связанный с управлением, как необходимая предпосылка и условие его оптимальности. В этом контексте эстафету изучения содержательных аспектов природы информации подхватили философы, биологи, социологи.

Как известно, сегодня в научном дискурсе определились три основные концепции информации: атрибутивная, функциональная и семиотическая. Сторонники атрибутивной концепции считают информацию атрибутом материи, неотъемлемым внутренним свойством всех материальных объектов. Второй подход характеризует информацию как свойство, условие и результат целесообразной активности и связывает её с функционированием самоорганизующихся, самоуправляемых систем. Сторонники семиотического подхода концентрируют своё внимание на процессе обмена знаками, считая, что лишь в этом процессе возникает и существует информация.

В свете последней позиции понятие «социальная информация» совпадает по своему значению с отчуждёнными от человеческой деятельности и зафиксированными в знаковой форме совокупностями смыслов. Иначе говоря, понятие «социальная информация» используется в качестве термина, наиболее адекватно приспособленного для обозначения человеческих смыслов, отчуждённых от активности конкретных индивидов и объективированных каким-либо образом.

С нашей точки зрения информация безусловно присуща всем материальным объектам. В то же время она находится в них в латентном состоянии и приобретает свойства «информационности» лишь в том случае, когда начинает своё движение к субъекту. Скрытые до поры в объекте сведения преобразуются в информацию исключительно в случае её «распаковывания», расшифровки, потребления субъектом в результате возникающей коммуникации. Информация закрытых архивов, неразгаданных рукописей, умерших языков для получателя, не владеющего «ключами» для её понимания, не актуализируется или попросту отсутствует.

Несмотря на все различия в предлагаемых концепциях информации, их объединяет положение о том, что информация – это сведения об

окружающем мире и внутреннем состоянии системы, которые являются объектом хранения, преобразования, передачи и использования. И здесь мы не можем не обратиться к понятию «*медиа*» как средства или канала передачи информации.

Слово «*медиа*» в русском языке сегодня стало довольно распространённым. В то же время его применение часто не соответствует глубинному значению. Отчасти это объясняется невозможностью отыскать в русском языке понятию «медиа» точный эквивалент. В частности, И.М. Дзялошинский утверждает, что слова «средство, посредник» представляют собой лишь слабые смысловые тени, с помощью которых пытаются передать содержание довольно сложной категории (4, с. 32).

И всё же обратимся к этимологии. Медиа (от лат. «*media*» – средство, посредник) – это сокращённый вариант выражения «*media communication*» (англ.) – «средство коммуникации». Родовое понятие для него – «*medium*» (лат.). В средневековье с ним были связаны такие понятия как жрец, колдун, шаман (9). В русском языке у слова «*медиа*» есть однокоренные слова, например, медиатор, медиана и т.д. В различных европейских языках «*medium*» означает: средство, посредник, человек, легко поддающийся внушению, и в широком смысле – среда. В частности, в английском языке значение слова «*medium*» раскрывается вариативно как деньги, средство общения, поддержка, примиритель, представитель среднего класса, окружающая реальность, а также общественная жизнь, гласность, нечто, находящееся в общественном пользовании.

Исторически слово «*медиа*» возникло в английском языке в XVI веке для обозначения людей, выступающих посредниками между мирами. В XVII веке оно перекочевало в язык философии. Гегель считал, что философское «познавание не есть орудие нашей деятельности, а как бы пассивная среда (*medium*), сквозь которую проникает к нам свет истины» (3, с. 45).

Хронологически медиа сменяли друг друга в зависимости от потребности в коммуникации – от звуков и жестов, сигнальных костров и боя барабанов через ритуальные танцы и наскальные рисунки к устной речи. Далее, захватывая сферы искусства, медиа прочно утвердились в письменности, в книжной и газетно-журнальной культуре. С XVIII столетия понятие «медиа» начинает применяться к газетам – первым средствам массовой информации. А с середины XIX века оно толкуется как распространение сообщений с помощью технических средств связи (почта, телеграф). Особый расцвет медиа получают в эпоху технологической революции, в период изобретения телефона, радио и других электрических средств коммуникации. Быстро минуя эпоху фото, кино и телевидения, они стали универсальной цифровой средой, в которой в настоящее время существует человечество. Сегодня мы уверенно употребляем понятие «медиа» и в урбанистике, описывая городскую медиасреду, и в психологии, философии, культуре, образовании. В XXI веке на новом уровне происходит возвращение к возникшей на рубеже Средних веков и Нового времени концепции всеобщих медиа, которые охватывают все процессы и отношения в мире и обществе.

Ещё раз подчеркнём, что медиа включают в себя широчайший спектр средств и каналов коммуникации, служащих передаче разного рода информации. Это интегральная, самоорганизующаяся субстанция, которая подобно кровеносным сосудам пронизывает весь общественный организм, все сферы нашей жизни. Это не нечто отстоящее от индивида или сообщества как производителя информации, а неотъемлемая часть целого. Более того, в определённый момент сам человек становится медиа, пропуская через себя потоки информации, преобразуя их и выступая, в свою очередь, источником новых информационных потоков.

Особую актуальность обращения к медиа подтверждает Д. Рашкофф. По его словам, «единственная среда, в которой наша цивилизация ещё может расширяться, наш единственный настоящий фронтир – это *эфир*, иными словами – медиа... Непрерывно расширяющиеся медиа стали настоящей средой обитания – пространством, таким же реальным и, по всей видимости, незамкнутым, каким был земной шар пятьсот лет назад» (10, с. 8).

К сожалению, довольно часто на практике понятие медиа трактуется исключительно как средство массовой информации, в научном дискурсе фигурируют такие языковые образования как «медиасредства», а теория медиа сводится к теории массовой коммуникации. И это притом, что существуют немассовые виды медиа, такие, например, как локальные и индивидуальные, директ-медиа, информальные и смешанные. Сегодня представляется актуальным инициировать проект переосмысления иерархии восприятия информации. Это позволило бы прийти к новому пониманию медиатаксономии и в свою очередь сделало возможным более детальный и дифференцированный обзор видов медиа.

В кратком изложении трактовки понятий «информация» и «медиа» нельзя не отметить важного обстоятельства, связанного с тем, что одно без другого не существует. Медиа как канал транспортировки информации актуализируется только при её наличии подобно тому, как информация приобретает свойства информационности исключительно в случае её канализации от источника к потребителю. Сама по себе информация не может быть доставлена адресату.

Медиа как каналы или средства, с помощью которых транслируются сообщения, и **информация**, поступающая по этим каналам и с помощью этих средств, – это **две стороны единого процесса коммуникации**. Понимание нерасторжимости медиа и информации открывает простор для более

глубокого изучения процессов восприятия информации, медиаактивности, медиаповедения и т.д.

Далее следует подчеркнуть, что ключевым фактором запуска данного процесса является коммуникация как условие конвергенции медиа и информации.

Под *«коммуникацией»* мы понимаем эффективное медиа-информационное взаимодействие социальных субъектов. Известно, что первая из моделей коммуникации была предложена ещё Аристотелем в его «Риторике». Древнегреческий философ отмечал, что речь слагается из трёх элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается (оратор – речь – слушатель). Данная модель настолько же элементарна, насколько и универсальна. Её элементы до сих пор воспроизводятся в современных моделях коммуникации.

На протяжении истории становления и развития науки о коммуникации шёл процесс наращивания смыслов в понимании технологии медиа-информационного взаимодействия. Со временем модель коммуникации усложнялась, дополнялась новыми элементами, в частности, пониманием присутствия при передаче информации помех и шумов, представлением о скорости и количестве передаваемой информации, учётом обратной связи, идеями о технических средствах передачи информации и т.д.

Но более важным представляется отметить существующую концептуальную дихотомию в конкретно-научных подходах к коммуникации, которые могут быть зафиксированы как технократический и интеракционный. Такое разделение обусловлено существованием двух отличающихся парадигм самой коммуникации: механистической и деятельностной. В механистической парадигме под коммуникацией понимается однонаправленный процесс кодирования, передачи и приёма

информации от источника к получателю. При деятельностном подходе коммуникация понимается как совместная деятельность коммуникантов, в ходе которой возникает взаимодействие.

Как нам представляется, результатом этой двойственности стал термин «информационно-коммуникационные технологии» (или «ИКТ»), который разрушает целостное восприятие медиа-информационно-коммуникационной структуры живой природы. В то же время ни один из трёх элементов этой системы не может быть проигнорирован. Концептуальная триада – **«Информация + Медиа = Коммуникация»** имеет фундаментальное значение для понимания процессов информационного обмена во взаимоотношениях между людьми и машинами.

В контексте технократического подхода термин «ИКТ» прочно закрепился во всех принятых в нашей стране концепциях, программах и официальных документах. Например, в рамках отраслевой сертификации преподавателей, учителей и руководителей образовательных организаций на предмет компьютерной грамотности и ИКТ-компетенций, которую проводит Главная организация по сертификации учебно-методических и научных изданий в сфере общего образования, проверяются исключительно навыки работы на персональных компьютерах и владение соответствующими компьютерными программами. О содержании, смыслах, средствах и каналах коммуникации нет даже упоминания.

Выдёргивая из синергетической триады «Информация, медиа, коммуникация» принципиально важный концепт «медиа», исследователи и специалисты упускают из виду существенные категории научно-практического знания, которые необходимо рассматривать комплексно. Мы имеем в виду **«средства»** коммуникации – простейшие и технически сложные способы кодирования сообщения и **«каналы»** трансляции содержания, под которыми следует понимать естественные и искусственные

маршруты передачи сообщений. Понимание целостности всех этих процессов приходит в результате медиаобразования, повышения медиаинформационной грамотности.

Часть 2. Медиаобразование и самоактуализация личности в информационном обществе

Медиаобразование как реакция на широкую медиатизацию общественных процессов возникло в начале XX века вместе с новыми средствами информации и коммуникации – радио, кино, телевидение и т.д. К 60-м годам прошлого столетия оно приобрело черты самостоятельного научно-практического направления в комплексе мировых и отечественных медиаисследований (1).

Сегодня эффекты, возникающие в процессе восприятия мультимедийного контента, становятся предметом изучения различных областей знаний. На пересечении этих интересов возникают **науки о медиа** – медиафилософия, медиапсихология, медиаэкология.

Важное место среди них занимает *медиаобразование как комплекс специальных образовательных технологий и как процесс образования и самообразования граждан в области средств коммуникации.*

В основе концепции медиаобразования лежит принцип Маршалла Маклюэна «Средство коммуникации есть сообщение» (англ. *The Medium is the Message*), означающий, что средства коммуникации сами по себе могут рассматриваться как фактор формирования личности, культуры и общества (8).

В научном дискурсе второй половины XX века укрепилась медиаобразовательная парадигма, включающая в себя совокупность

ценностей, методов и технических средств, направленных на формирование личности, способной адаптироваться в информационном обществе и выполнять ряд необходимых функций.

Эта парадигма принята в рамках устоявшейся педагогической традиции и нашла своё выражение в научных трудах, диссертациях, школах, медиаобразовательных программах определённой группы исследователей дидактической направленности. Она рассматривает медиаобразование как «процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники» (11, с. 19). В центре данной медиаобразовательной концепции стоит, как правило, молодой человек, воспринимаемый как объект воздействия, которому следует помочь освоить окружающее его заведомо агрессивное информационное пространство. Эта концепция в точности соответствует вертикально интегрированному обществу, системе управления в авторитарных системах и трансляционной, вещательной модели массовой коммуникации.

Параллельно в системе медиаобразования сформировался иной подход, который можно условно назвать гражданским (5). Его сторонники полагают, что «медиаобразование – это часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии...» (16, р. 152).

Известный теоретик в области медиа Дж. Гербнер понимает медиаобразование как расширение свободы и разнообразия коммуникации, развитие критического понимания медиа как нового подхода к либеральному образованию (13). Один из лидеров современного медиаобразовательного

движения Б. Мак-Махон пишет, что «в эпоху терроризма и войн XXI века медиаобразование молодёжи становится настоящим требованием демократического общества» (14, р. 3). В России данную концепцию развивает А.П. Короченский, который говорит о медиаобразовании как о развёрнутой долговременной общественно-просветительской деятельности. Под медиаобразованием он понимает «непрерывное развитие в обществе культуры адекватного рационально-критического восприятия содержания медиатекстов и самостоятельной оценки деятельности средств массовой информации – информационной культуры, основанной на демократических и гуманистических идеалах и ценностях, на уважении принципа культурного многообразия» (7, с. 187-188). Автор этих строк также придерживается данной позиции (6, с. 17).

Медиаобразование невозможно вписать в жёсткие рамки дидактики. Это открытое интегрированное образование, основанное на партнёрстве ученика и учителя, стирании границ места и времени, конвергенции отраслей знаний, смещении акцентов с классно-урочной системы на самообразование.

Цель традиционного медиаобразования как педагогической технологии, предполагает создание образовательных программ по формированию личности с заданными свойствами. Между тем в условиях всё расширяющегося сетевого принципа коммуникации, программирование, как социальных процессов, так и отдельной личности становится весьма проблематичным. «На смену идее о грядущей интеллектуальной рациональности человека информационного века пришло утверждение его принципиальной иррациональности, незавершенности, неопределённости» (2, с. 308).

В результате подобных трансформаций личность становится неотъемлемой частью медиа-информационно-коммуникационной среды, воспринимая её как среду своего существования. В этих условиях

кардинально меняется концепция массового медиаобразования. Оно в определённом смысле становится профилактикой рисков информационного общества, либо неким балансом между безграничной свободой личности и безграничным контролем со стороны субъектов, претендующих на управление человеком и мировое господство.

Современные реформы в образовании, которые вызывают неоднозначную реакцию представителей традиционной школы, адекватны процессам, происходящим в медиаотрасли, в частности, смене трансляционной концепции вещания на сетевую, конвергенции всех видов медиа, и, что особенно важно, принципиальном изменении роли аудитории в процессе коммуникации. Потребители информации сами становятся её производителями.

В настоящее время исследователями и практиками осмысливается идея того, что медиаобразование в значительной степени должно быть неформальным (от лат. *informalis* – неформальный). В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года в проблематике социализации личности, её воспитания и образования рассматриваются три образовательные стратегии – формальная, неформальная и информальная. Эти стратегии соответственно строятся на трёх видах образования:

- формальное (начальное, среднее, средне-специальное, высшее, дополнительное);
- неформальное (развитие системы курсов повышения квалификации);
- информальное (разнообразное, экономическое и внеэкономическое стимулирование стремления каждого человека к саморазвитию и самообразованию).

Пока ещё малоизученное неформальное образование (от лат. *informalis* – неформальный) – это ненаправленное освоение социально-культурного опыта вне жёстких рамок организованного педагогического процесса. Реализуемое в семье, неформальном общении, различного рода группах и объединениях, в частности, в просветительских обществах, библиотеках, музеях, благодаря различным видам медиа, оно происходит в процессе любого коммуникативного действия.

Неформальное образование пластично, оно определяется потребностями учащегося и реализуется в любом месте и в любое время. В этом контексте неформальное медиаобразование проявляется во внутренней мотивации человека к восприятию мира, в самоорганизации и самоопределении: «Я – источник информации и одновременно потребитель её. Я формирую себя и самостоятельно определяю траекторию своего развития».

Некоторое время назад нами была предпринята попытка описать неформальный тип медиаповедения. Складывающаяся в современной медиасреде тенденция «самости», неформатности, безграничности и интеллектуального протеста свидетельствует о том, что неформальное медиаповедение открывает нам путь к рассмотрению понятия «неформальное» не просто как определённого типа медийного поведения индивида, а как характеристику одного из системно повторяющихся этапов развития общества.

Всякий раз в условиях переходного периода и при смене эпох в общественном сознании складывается определённая модель поведения, которая выражается в разрушении устоев, отказе от формализма, пересмотре ценностей, рождении новых идей. В эти исторические моменты на фоне слабеющих институтов власти растёт степень самоорганизации сообществ, проявляются новые лидеры. В такие периоды актуализируется роль личности в истории, обнаруживаются её скрытые возможности, индивидуальный

потенциал. Личность проявляет себя *информальным образом*, нарушая стандарты, традиции, привычный ход событий. Она становится источником внутренней силы, интеллектуального бунта, информационного взрыва.

К подобным моментам отечественной истории можно отнести период создания пролетарского государства, переломные этапы Второй мировой войны, годы хрущёвской оттепели, короткий период перестроечных демократических ожиданий. Сегодня в условиях информатизации общественных процессов повышается уровень информальности социума как возможность ухода от регламентации, объектности, управляемости, как проявление самодеятельности и индивидуального начала. Подтверждением тому появление относительно свободной блогосферы, утрата СМИ монополии на истину, разрушение формальных ограничений в системе образования и т.д.

В этом же контексте, используя весь арсенал интерактивных технологий, развиваются информальные живопись и музыка. Информальные проявления в искусстве – это своего рода протест современных художников и композиторов против формальных схем, жёстких структур, самой идеи внешней управляемости.

В последнее время осмысливается понятие «информальная группа» (название предложено А.В. Шубиным (12)) как частный случай клуба. Информальные группы как правило открыты и легко интегрируются в современное информационное общество. Они демонстрируют высокую степень внутренней мобильности, самоуправления, рефлексии и самоидентификации. Интернет изобилует многочисленными примерами разного рода комьюнити, построенных на принципе информальности.

Таким образом, в условиях медиатизации общества и активизации информального медиаповедения появляется возможность рассматривать

медиаобразование как особую технологию, которая способствует самоактуализации личности. И если под самоактуализацией (от лат. *actualis* – действительный, настоящий) понимать стремление человека к наиболее полному проявлению своих личностных возможностей, то в условиях информатизации социальных процессов эта потребность реализуется в полной мере. Человек получает разнообразные ресурсы для проявления себя в творчестве, научной сфере, гражданских коммуникациях.

Однако следует иметь в виду, что виртуальная личность, отделяясь от личности реальной, может жить своей самостоятельной жизнью. Она проявляется в случайных репликах и объектах творчества, видеоматериалах и фотографиях. Виртуальный образ личности может вступать в противоречие с физическим лицом и влиять на него негативно. Он имеет свою виртуальную жизненную историю и легенду.

Постоянно меняющаяся медиасреда позволяет индивиду по-разному представлять свою многоликую сущность. В социальной сети ВКонтакте она одна, в Фейсбуке – другая, на официальной странице компании – третья. Через эти множественные воплощения, где человек вновь и вновь обретает индивидуальный образ и голос, и происходит его самоактуализация. Новые технологии позволяют личности быть исчерпанной до дна и в то же время меняться до неузнаваемости. Неслучайно довольно остро сегодня обозначена проблема идентичности личности в виртуальном пространстве.

Но парадокс виртуальной самоактуализации заключается в том, что в виртуальной среде нет, во-первых, ничего целостного, а, во-вторых, действительного и настоящего. Индивидуальность рассыпается на фрагменты, граница между «я» реальным и аккаунтом в социальной сети оказывается весьма условной. Поэтому так важно понимать, каким образом устроено медиапространство, какое место в нём занимает человек и до каких пределов простирается его автономия по отношению к создаваемым им

самим механизмам и машинам. Видение этих процессов и возможность управлять ими предоставляет медиаобразование как комплекс специальных образовательных технологий и как процесс образования граждан в области средств коммуникации.

Концептуальные трансформации, происходящие в мире в настоящее время, требуют систематического образования и глубокой сознательности. В документах ЮНЕСКО, которая вносит существенный вклад в развитие информационного общества, это обучение трактуется как медиаобразование. Результатом медиаобразования является медиаграмотность. «Оба параметра должны привести к повышению медиасознательности, которая должна быть связана с новым гуманизмом. И медиаобразование, и медиаграмотность повлекут за собой длительный, глубокий процесс, который должен осуществляться в соответствии с обстоятельствами, усердно и оперативно. Это усилие должно привести к повторному запуску сегодняшней коммуникативной Вселенной. Вся медиасистема должна будет поддерживать себя на новом – и в то же время давнем – основании человеческого достоинства: свободе и понимании процесса коммуникации. Таким образом, она будет строиться по принципу полной автономии и способности судить объективно, принимать решения, основанные на прозрачности информации, возможности свободно выражать свою точку зрения и передавать информацию, свободно создавать коммуникации и общаться с другими, использовать все доступные средства информации и требовать уважения к их разнообразию. И ключевую роль в этом играет медиаобразование» (15, р. 28).

Литература

1. Колесова Л.Н. Пионерские журналы в истории советской детской литературы 20-х годов. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Петрозаводск,

1966; Пензин С.Н. Некоторые проблемы теории и практики телевизионной пропаганды киноискусства. Автореф. дис. ... канд. искусствоведения. – М., 1967; Прессман Л.П. Использование кино и телевидения в целях развития речи учащихся на уроках русского языка и литературы. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. – М., 1963; Рабинович Ю.М. Взаимодействие литературы и кино в эстетическом воспитании старшеклассников. – Автореф. дис. ... канд. пед. наук. – М., 1966; Саперов В.И. Использование радиовещания в коммунистическом воспитании учащихся. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. – М., 1969.

2. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 357 с.

3. Гегель Г.В.Ф. Феноменология духа / Пер. Г. Шпета. – СПб.: Наука, 1992. – XLVII, 444 с.

4. Дзялошинский И. М. Гражданские коммуникации и гражданское общество: опыт и перспективы эффективного взаимодействия // Эмпирические исследования гражданского общества. – М.: Общественная палата Российской Федерации, 2009. – С. 32-35.

5. Дзялошинский И.М. Медиаобразование: педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/statii/dzyalosh-03/06-mediaobraz-kak-shkola.doc> (дата обращения 10.01.2016).

6. Жилавская И.В. Оптимизация взаимодействия СМИ и молодёжной аудитории на основе медиаобразовательных стратегий и технологий. Автореф. дис. ... канд. филол. наук – М., 2008. – 23 с.

7. Короченский А.П. Пятая власть? Медиакритика в теории и практике журналистики. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростов. гос. ун-та, 2003. – 284 с.

8. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Understanding Media: The Extensions of Man. – М.: Кучково поле, 2007. – 464 с.
9. Медиум // Электронный словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.onlinedics.ru/slovar/soc/r/medium.html> (дата обращения: 03.01.2016).
10. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. / Пер. с англ. Д. Борисов. – М.: Ультра Культура, 2003. – 368 с.
11. Фёдоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов-на-Дону: ЦВВР, 2001. – 141 с.
12. Шубин А. О пользе конструктивного утопизма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://informational.2084.ru/konstr.htm> (дата обращения: 11.12.2015).
13. Gerbner G. Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. // The New Citizen. – 1995. – Vol. 2. – № 2.
14. McMahon B. Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. – Baltimore, 2003. – 26 p.
15. Perez Tornero J.M., Tapio Varis. Media Literacy and New Humanism. – Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education, 2010. – 136 p.
16. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO // Outlooks on Children and Media. – Göteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001. – 152 p.