

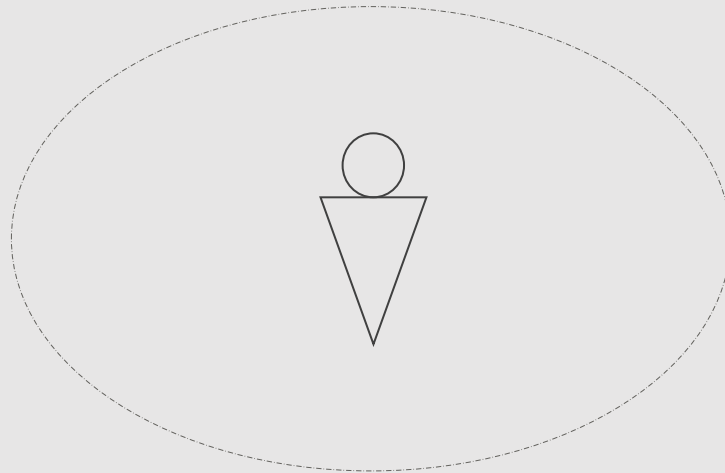
**АКСИОЛОГИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ
МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ:
ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА
В ЭПОХУ DIGITAL EXISTENCE**

Юлия Сергеевна Апполонова
кандидат философских наук
доцент Института медиа НИУ ВШЭ

DIGITAL EXISTENCE

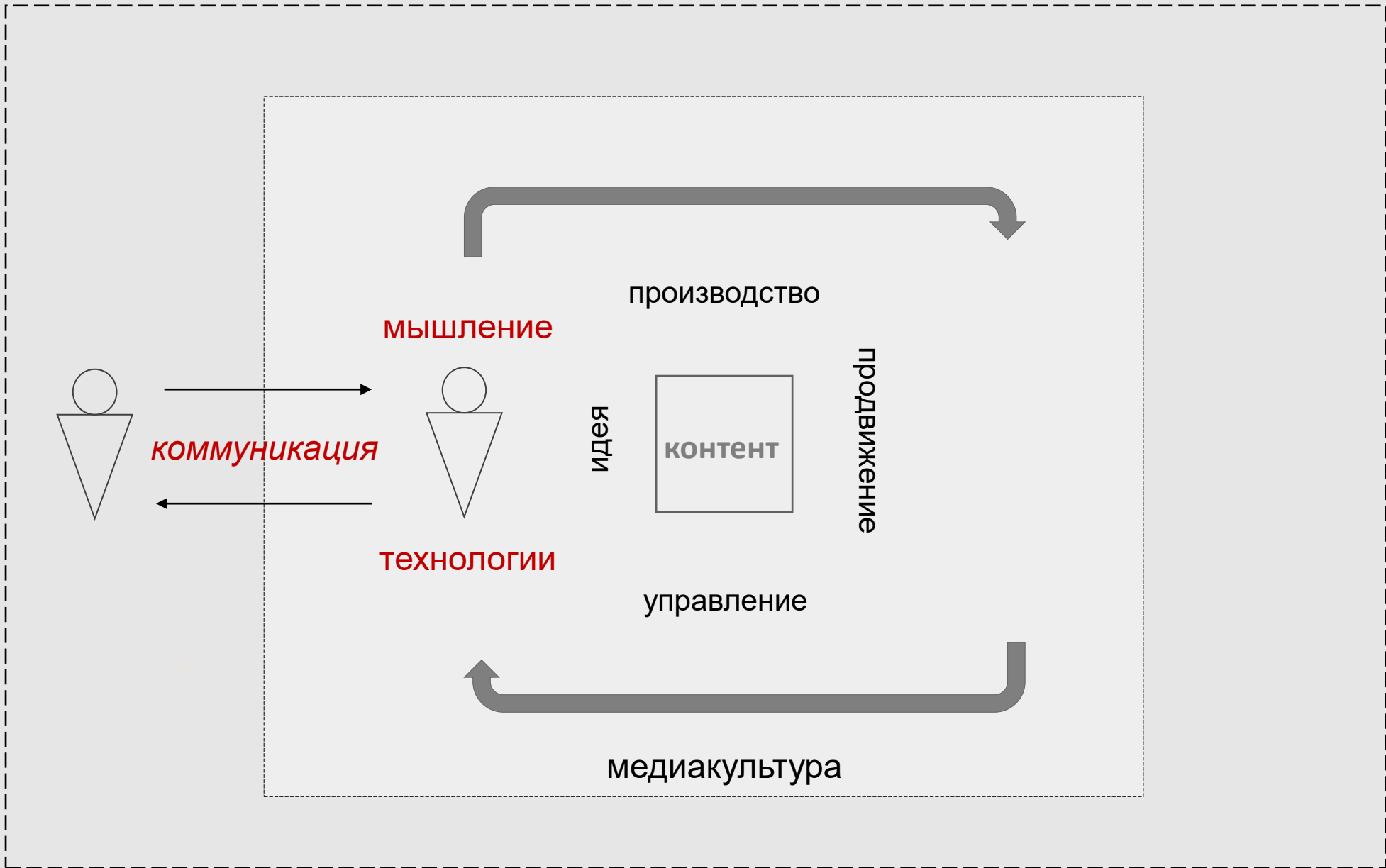
информатизация

медиатизация



цифровизация

гибридизация



время

культура

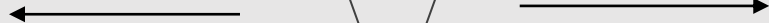
Проблема

«В профессиональном педагогическом сообществе актуализируются новые дискуссии, связанные с тем, как гармонизировать в медиаобразовании современные процессы в сфере медиа: эволюцию медиасистемы, глобализацию медиапотоков, и традиционную гуманитарную составляющую. Но главная проблема заключается в том, как не допустить разрыва между ментальной и технологической составляющими»

Н. О. Автаева, О. Н. Савинова
«Семейные ценности в современном медиаобразовании»
Гуманитарный вектор. 2023 г. Т. 18. №3.

ОСНОВАНИЯ

медиапроизводство



**технологический
аспект**

инструменты, с помощью которых производится контент, а также сформировавшиеся алгоритмы и циклы производства для разного типа контента

**ментальный
аспект**

связанный с целеполаганием, генерацией идей, воплощением образов и выражением смыслов

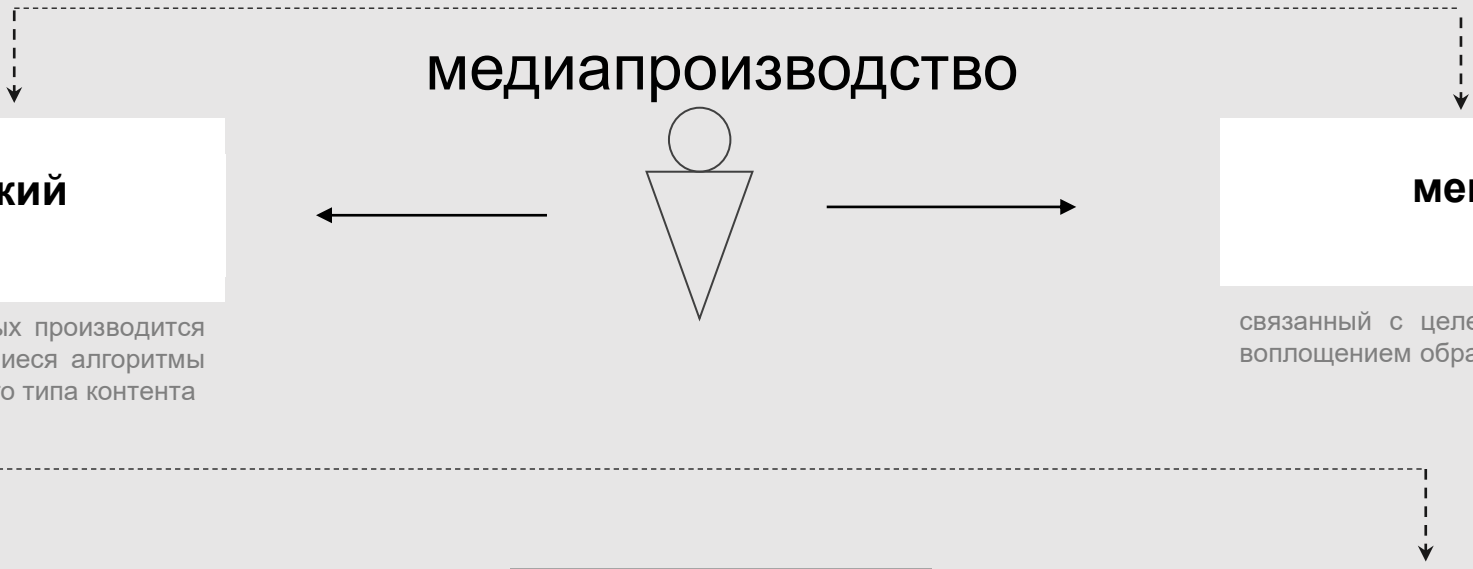
практика

личность

культура

контент

**Поиск
решения**



ЛИЧНОСТЬ

«Одна и та же личность является носителем различных видов ценностей» (Г. Риккерт)
Система бытийствования усложняется, но специфические для человека онтологические потребности остаются. Быть; быть с Другим; переживать подлинные состояния (экзистенциальные ценности).

Благодаря
раскрывается
измерение бытия

человеку
ценностное



Экзистенция – существование человека в мире, схватываемое в антиномичности единичного и единого, указывающей на возможность трансцендирования человека

«Самое сложное и нужное – это интеграция правильных ценностей в востребованные форматы»

*июль 2024; круглый стол
«Роль медиа и блогеров в продвижении
традиционных семейных ценностей»*

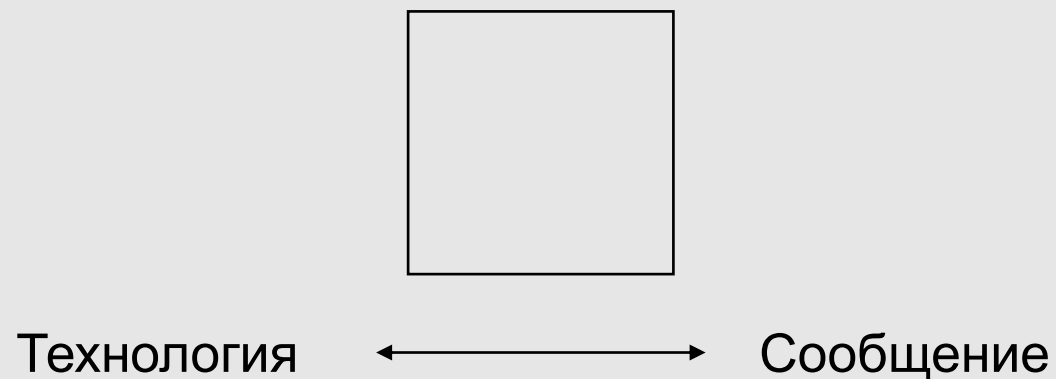
Ларина Екатерина Геннадьевна
Директор Департамента развития
массовых коммуникаций и международного сотрудничества
Министерства цифрового развития,
связи и массовых коммуникаций РФ



ПРАКТИКА

- как интегрировать ценности в востребованные форматы?
- как говорить о ценностях в условиях борьбы за внимание аудитории?
- как учитывать интересы аудитории в условиях жизни в многопоколенном обществе?

- сложившаяся технология;
- постоянное воспроизведение в пространстве и времени;



Технологии не должны быть самоцелью «когда забываются конечные цели и ценности, а целое исчезает в качестве перспективы...» (Н. А. Касавина)

«медиапотребление - это активный процесс потребления и осмысления контента, то есть содержания коммуникации»

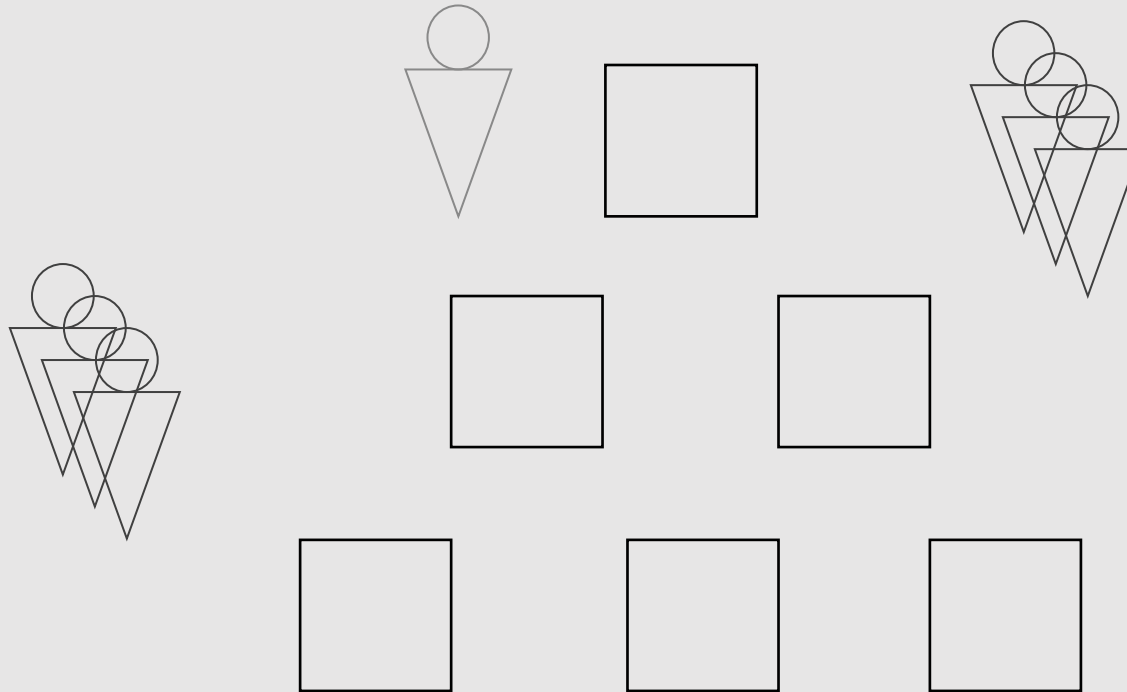
В.П. Коломиец

КУЛЬТУРА

Медийщики задают социо-культурные рамки бытия и ответственны за формирование ценностных ориентиров. Как репрезентировать ценностное содержание российской культуры для современной аудитории?

«Мир воплощенных ценностей» (Каган М.С.)

Ценности



Трансцендентное царство должного;
регулятор человеческого поведения
и высшая цель его деятельности

«Впервые в истории человечества мы живем в так называемом многопоколенном обществе (раньше из-за того, что продолжительность жизни была короткой одновременно сосуществовали 2 – максимум 3 поколения)»



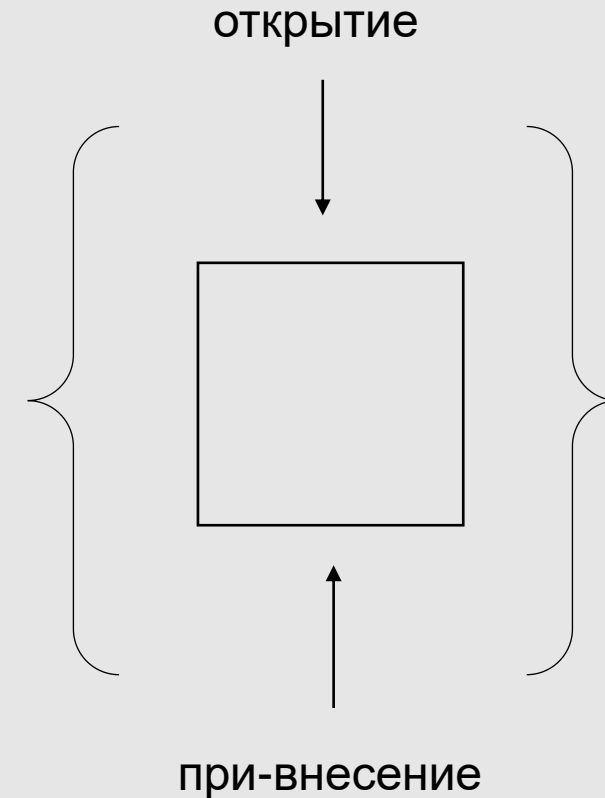
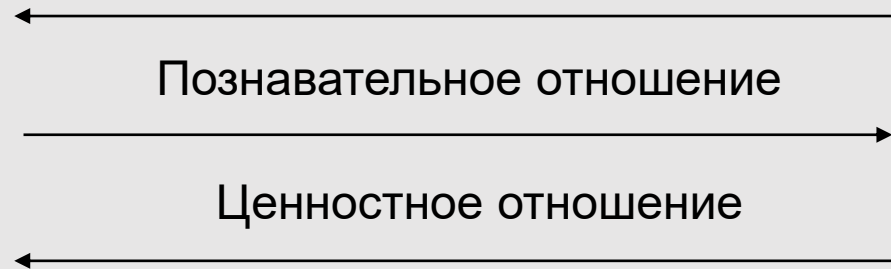
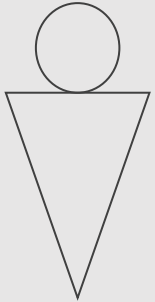
Фёдоров Валерий Валерьевич
кандидат политических наук
генеральный директор ВЦИОМ

«... сегодня благодаря тому, что жизнь стала лучше, веселее, дольше одновременно живут 4 – 5 поколений и это большая проблема. Потому что как понять человеку, родившемуся в 1940 г. – человека родившегося в 2010?»

*2024, март
дискуссия «Влияние медиа
на ценностные ориентиры молодежи»*

Возможно ли учесть все три основания?

творчество
идеация
транскендирование



Технологии:

Анализ медиатекстов с учетом ценностного содержания

Специальные курсы:

«Аксиология сторителлинга» для трека сценаристов


«Ценностные основания медиапроектов» для трека продюсеров

«Чтение и мышление» дисциплина по выбору

Внеучебная деятельность:

«Философский клуб Института медиа» для всех обучающихся

Медиаобразование должно схватываться не только как процесс по овладению профессиональными умениями и навыками, но как процесс и инструмент формирования у человека определенной культуры – культуры «медиазированной социальной коммуникации» (Шариков А.В.), конгруэнтной с одной стороны – ценностям той культуры, в границах которой она осуществляется, а с другой – экзистенциальным ценностям конкретного человека.



**Благодарю
за возможность принять участие в конференции
и ваше внимание!**