

МОДЕЛЬ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ

В статье рассматриваются основные подходы к медиаобразованию, цели и содержание медиаобразования в Великобритании. Проанализирована современная система медиаобразования в Соединенном Королевстве, направленная на развитие медиакомпетентности граждан

В современной педагогике под медиаобразованием понимают процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники [4].

Британская модель медиаобразования – это открытая педагогическая система, имеющая сложную структуру и направленная на развитие *медиаграмотности и медиакомпетентности* граждан (рис.). Под термином «педагогическая система» мы вслед за Н. В. Кузьминой понимаем «множество взаимосвязанных структурных и функциональных компонентов, подчинённых целям воспитания, образования и обучения подрастающего поколения и взрослых людей» [2].

Актуальность медиапросвещения граждан объясняется растущей медиатизацией общества и культуры [6]. В целом сущность медиаобразования сводится к балансу задач по «максимизации возможностей» личности (образовательных, информационных, творческого самовыражения и пр.) и «минимизации рисков» (медиаманипулирование, агрессия и насилие на экране, утечка информации, харассмент и др.) в процессе коммуникации аудитории с медиа [6].

Британские педагоги уделяют большое внимание *проблеме взаимодействия аудитории и масс-медиа*. В обществе бытует мнение, что многие острые социальные проблемы современности (рост детской преступности, массовые расстрелы одноклассников в школах, распространение ксенофобии) связаны с растущим влиянием масс-медиа, качество которых с точки зрения воспитательной стороны их содержания оставляет желать лучшего.

Психолого-педагогические исследования в этой области свидетельствуют, что низко-сортная продукция масс-медиа в отдельных случаях выступает в качестве своеобразного «катализатора» девиантного поведения у некоторых подростков, склонных к тем или иным формам асоциального поведения [7].

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 медиапросвещения всецело лежит на взрослых – родителях, учителях, воспитателях. Однако повышение эффективности медиаобразования напрямую зависит от заинтересованного участия и сотрудничества правительства, медиаиндустрии и гражданского общества.

Концептуальная основа британской модели медиаобразования – *синтез различных медиаобразовательных теорий* (теория развития критического мышления учащихся, культурологическая теория, семиотическая теория, практическая и защитная теория), которые определяют содержание современной британской стратегии в области развития медиакультуры, преимущественно детско-юношеской целевой аудитории.

Эта педагогическая стратегия предусматривает следующие направления *медиаобразовательной деятельности*, которая ориентирована на конкретный результат обучения: 1) *медийная культура* – знание и понимание аудиторией социокультурных, политических и экономических смыслов и подтекстов медиатекстов, знание истории медиа и медиакультуры; 2) *медийная критика* – развитие



Рис. Модель медиаобразовательного процесса в Великобритании

(продолжение рисунка на следующей странице).

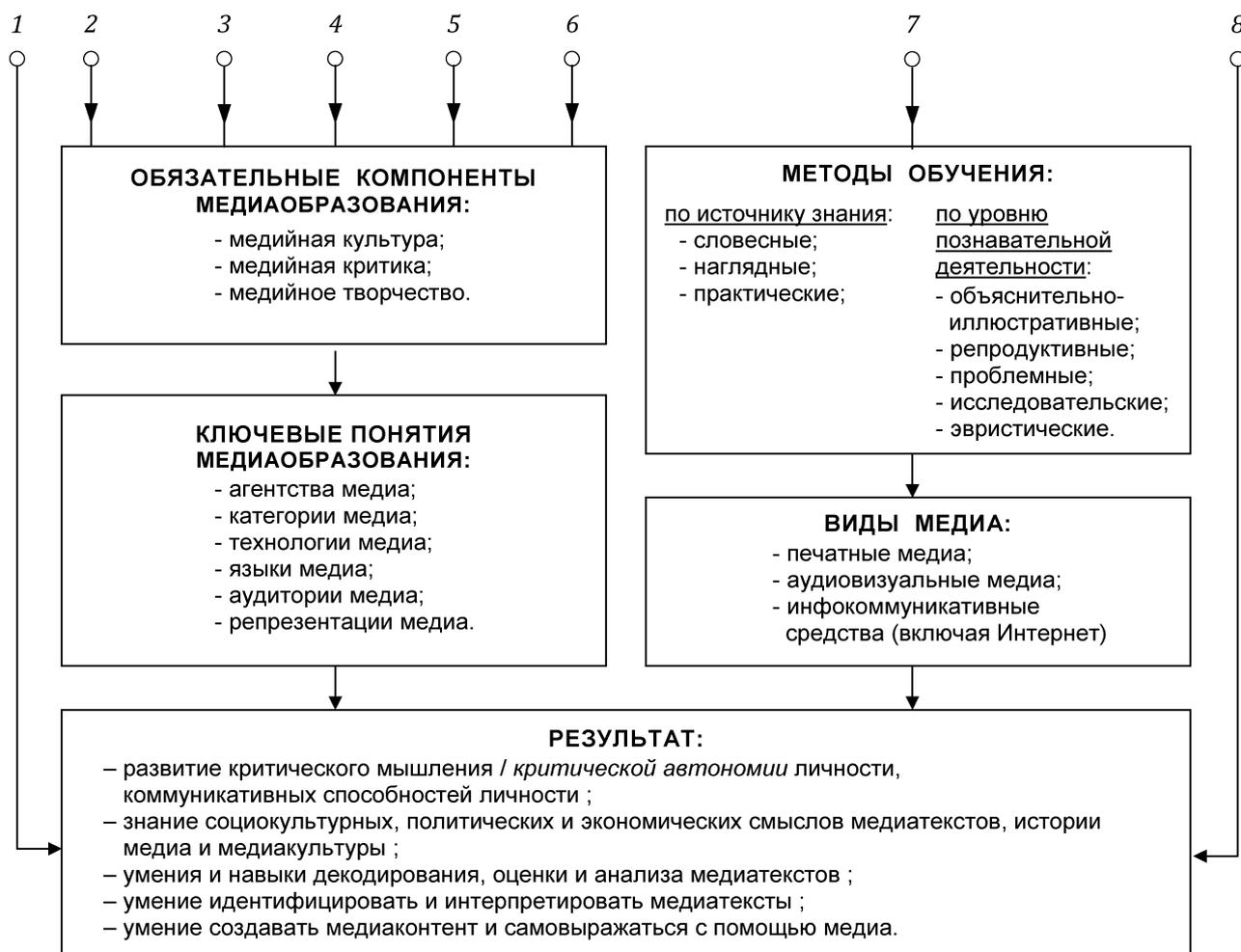


Рис. (продолжение).

критического мышления или «критической автономии» аудитории [8], а также коммуникативных способностей личности в широком смысле этого слова; умения и навыки «декодирования» медиатекстов разных жанров, оценка и анализ медиатекстов; умения идентифицировать и интерпретировать медиатексты; 3) *медийное творчество* – умение самостоятельно создавать медиаконтент и самовыражаться с помощью современных медиатехнологий.

Поскольку медиаграмотность – ключевая компетенция каждого гражданина страны, а право на медиаобразование фактически закреплено в национальном учебном плане и является частью некоторых обязательных предметов школьной программы (*интегрированное медиаобразование*), то можно гово-

рить о потенциальной доступности медиаобразования в Великобритании. Это утверждение в большей степени относится к учебным заведениям, расположенным в столице и других крупных городах страны, где уровень развития медиаобразования выше благодаря наличию медиаобразовательных центров, студий, творческих мастерских, клубов и пр.

В целом *медиаобразование* рассматривается в двух взаимосвязанных аспектах: как неотъемлемое право каждой отдельной личности (вне зависимости от возрастных, гендерных, этнических, культурных, религиозных и др. особенностей), способствующее ее развитию, и позволяющее ей самовыражаться и активно участвовать в общественной жизни (*частное / индивидуальное благо*); как фактор, потенциально способствующий разви-

Т а б л и ц а

Формы медиаобразования в Великобритании

Признак классификации	Формы медиаобразования
По целям	Профессиональное и непрофессиональное (массовое) медиаобразование
По степени организованности	Формальное и неформальное (британский термин – неформальное) медиаобразование
По видам образовательных учреждений	Основное (базовое), дополнительное медиаобразование
По наличию видовой интеграции	Интегрированное и специальное (автономное) медиаобразование
По предметно-содержательной локализованности	Предметное и межпредметное медиаобразование
По формам реализации	Активное медиаобразование
По направленности	Академическое и практическое медиаобразование
По уровню	Дошкольное, среднее (начальное, общее среднее), профессиональное (начальное, среднепрофессиональное, высшее) и последипломное медиаобразование

тию экономики страны (*общественно-экономическое благо*). В официальных документах подчеркивается «важность медиакоммуникационного сектора, его решающая роль в развитии национальной экономики и индустриального будущего страны», отсюда возникает «необходимость создания специальных программ по образованию, развитию необходимых навыков и умений, повышению медиаграмотности граждан, которые позволят каждому члену общества воспользоваться всеми выгодами цифровой революции» [5].

Повышению массовости медиаобразования способствует ряд объективных факторов: включенность медиаобразования в систему формального и неформального образования; интеграция медиаобразования в учебную, внеучебную и досуговую деятельность аудитории; охват широкой целевой аудитории путем реализации медиаобразовательных программ / проектов и курсов; общественно-государственная поддержка (информационная, ресурсная, политическая, финансовая) медиаобразовательного движения; массовый характер деятельности британских медиаобразовательных центров по повышению медиаграмотности граждан.

Общественно-государственный характер медиаобразования в Великобритании обусловлен тем, что здесь сильны либерально-демократические традиции и институты гражданского общества. Это выражается в высокой степени активного участия широкой общественности (в возрастном и профессиональном смысле) в деятельности различных национальных медиаобразовательных организаций и ассоциаций.

Опираясь на классификацию форм медиаобразования, предложенную И. А. Фатеевой [3], в современной британской модели медиаобразования можно выделить разные формы организации медиаобразовательного процесса (см. табл.).

Непрофессиональное формальное медиаобразование в Великобритании начинается в раннем школьном возрасте и продолжается на более поздних ступенях образования и представлено как в форме *интегрированного* (с некоторыми обязательными предметами школьной программы), так и *автономного* медиаобразования (элективные экзаменационные курсы по медиакультуре для старшеклассников; дополнительные медиаобразовательные программы во внеучебных заведениях разных типов).

Большое внимание уделяется *межпредметной интеграции*, направленной на развитие интегративно-целостной личности, способной анализировать, переносить и обобщать знания из разных предметных областей (в контексте медиаобразования – кино, ТВ, литература, музыка, изобразительное искусство, история и др.). При этом *изучение медиа* выступает в роли «метапредмета» [1], системообразующего основы развития культуры личности в целом и медиакультуры в частности.

Предметное (специальное) медиаобразование носит необязательный характер, хотя и присутствует в системе среднего образования: 1) *неформальное медиаобразование* осуществляется за пределами образовательных учреждений (киноклубы, творческие лаборатории, студии и пр.), зачастую оно практико-ориентировано и охватывает преимущественно молодежную и взрослую аудиторию (от 14 лет – взрослая аудитория); 2) *основное (базовое) медиаобразование* осуществляется в учреждениях формального образования, т.е. традиционного школьного и послешкольного.

Согласно официальной статистике около 33% выпускников британских школ в возрасте 18 лет (т.е. около 400 000) поступают в вузы, при этом число курсов по изучению медиа и медиакультуры на получение ученой степени составляет около 9313 [9]. Существенное отличие предлагаемых курсов по изучению медиа заключается в том, что некоторые из них – курсы теоретической подготовки (*академическое медиаобразование*), а некоторые – практические курсы профессиональной подготовки медийных специалистов (*практическое медиаобразование*).

Основополагающим принципом реализации британского медиаобразования можно считать *демократичный и диалоговый характер* медиаобразования, о чем свидетельствует: разнообразие учебных / внеучебных медиаобразовательных программ и курсов для учащихся, педагогов и лиц, заинтересованных в дальнейшем медиаобразовании; вариативность форм и методов организации медиаобразовательного процесса у педагогов; на практических медиаобразовательных занятиях школьники могут изучать различные медиа (аудиовизуальные медиа, печатные медиа, инфокоммуникационные медиа, включая Интернет) и широкий спектр медиапродукции.

Принцип *диалогичности* определяет и формат педагогического общения, основанного на сотрудничестве и уважительном отношении к мнению учащихся (*субъектно-субъектная парадигма*). В процессе медиаобразования британские педагоги учитывают следующие оптимальные психолого-педагогические условия медиаобразования: активное обучение в опоре на «зону ближайшего развития» (Л. С. Выготский); связь семьи и школы (учет аудиовизуального опыта учащихся, вкусов и предпочтений, сформировавшихся в семье); развитие у учащихся глубокого понимания природы медиатекста за счет усиления межпредметных связей; развитие творческого потенциала и критического мышления учащихся с помощью и на материале медиа; социокультурное развитие учащихся (обучение медиаграмотности и формирование активной гражданской позиции).

Отметим, что детско-юношеская аудитория Великобритании имеет широкие объективные возможности для творческого самовыражения при помощи медиа: участие в детско-юношеских творческих конкурсах, фестивалях, образовательных проектах и программах в сфере медиаобразования; в работе школьных кино клубов, творческих мастерских / лабораторий в сфере мультимедиа; электронные журналы для школьников по медиакультуре, интернет-сайты.

Великобритания, в числе немногих западноевропейских стран, значительно продвинулась в области повышения медиаграмотности граждан, следуя рекомендациям ЮНЕСКО. В частности, британские педагоги добились того, что медиаобразование стало компонентом формального образования, доступным всем детям, неотъемлемой частью учебной программы на каждой ступени школьного обучения.

Британская система медиаобразования не лишена недостатков (небольшое количество часов, отведенных на изучение медиакультуры в школе; нехватка медиапедагогов; необязательный характер медиаобразования и др.), однако эта модель доказала свою состоятельность и выступает как приемлемый компромисс в сложившихся социокультурных и образовательных условиях. Более того, являясь достаточно гибкой и развивающейся системой, она представляет собой очередную ступень в сложной и многолетней эволюции британского медиаобразования.

Л и т е р а т у р а

1. Громыко Ю. В. Мыследеятельностная педагогика. – Минск: Технопринт, 2000. – 373 с.
2. Методы системного педагогического исследования : учеб. пособие / под ред. Н. В. Кузьминой. – Л.: ЛГУ, 1980. – 172 с.
3. Фатеева И. А. Классификация видов медиаобразования // Медиаобразование и медиакомпетентность: слово экспертам / под ред. А. В. Федорова. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009. – С. 118–123.
4. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
5. Bazalgette, C. (2006). Whatever Next? Media Learning 1972-2008 / BFI Media Studies Conference, July 2006. London [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.carybazalgette.net/MediaConf2006.pdf>. (дата обращения 18.03.2011).
6. Livingstone, S. & Haddon, L. (2009). Young People in the European Digital Media Landscape: A Statistical Overview with an Introduction. The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. NORDICOM University of Gothenburg.
7. Livingstone, S. and Hargrave, A. M. (2006). Harmful to Children? Drawing Conclusions from Empirical Research on Media Effects. In: Carlson, U. & Feilitzen, C. In the Service of Young People? Studies and Reflections on Media in the Digital Age. Göteborg: Nordicom Göteborg University, pp. 49-76.
8. Masterman, L. (1997). A Rational for Media Education. In: Kubey, R. (Ed.). Media Literacy in the Information Age. New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Transaction Publishers, pp. 15-68.
9. Media Courses and Multimedia Courses directory // BFI : British Film Institute : [сайт]. – URL: <http://www.bfi.org.uk/education/courses> (дата обращения 21.05.2011).

Примечание. Исследование выполнено при финансовой поддержке Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 годы по мероприятию 1.1. (III очередь) – «Проведение научных исследований коллективами научно-образовательных центров» по лоту № 5. 2010-1.1-305-021 «Проведение научных исследований коллективами научно-образовательных центров в области психологических и педагогических наук», ГК 02.740.11.0604 по теме «Анализ эффективности российских научно-образовательных центров в области медиаобразования по сравнению с ведущими зарубежными аналогами» (руководитель проекта – доктор педагогических наук, профессор А. В. Федоров).

