



информационные и коммуникационные технологии в художественном образовании

Сердюков Руслан Владимирович,
аспирант кафедры социокультурного
развития личности ГОУВПО ТГПИ
sephiroth_taganrog@yahoo.com

Медиаобразование в Великобритании в XXI веке*

** Написано 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).*

В XXI веке мир невозможно представить без медиа (средств массовой информации и коммуникации), к которым принято относить печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, звукозапись и систему интернет. За последние полвека медиа стали неотъемлемой частью жизни человечества.

Нельзя не признать, что в новом тысячелетии медиа оказывают значительное влияние на формирование подрастающей личности и ее мировоззрения, что неизбежно приводит к все более интенсивному развитию зародившегося в 60-х годах XX века в ведущих странах мира (Великобритания, Канада, США, Австралия и др.) движения медиаобразования.

В последние годы в России наметилась тенденция изучения достижений зарубежного медиаобразования. Несомненно, изучение и критическое осмысление мирового опыта будет способствовать более эффективному процессу развития отечественного медиаобразования.

По мнению отечественных (А. В. Фёдоров, А. А. Новикова) и зарубежных (L. Masterman, C. Bazalgette, A. Hart, D. Buckingham) медиапедагогов, развитие «критической автономии» молодежи в понимании медиатекстов, то есть способности к их

самостоятельному критическому осмыслению, является основой современного медиаобразования в Великобритании. Термин «критическая автономия» был введен Л. Мастерманом еще в 1985 году [3]. На сегодняшний день британскими медиапедагогами фактически принято определение «медиаобразования», предложенное ЮНЕСКО: «Медиаобразование (Media Education) связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно даёт возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в ней аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа как для восприятия, так и для продукции. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию, это инструмент поддержки демократии... Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и «пожизненного» образования» [6]. В этом определении находят отражение современные направления в развитии мирового медиаобразования. Оно характеризует медиаобразование как обширную культурно-просветительскую деятельность, направленную на повышение медиаграмотности всего мирового сообщества.

На протяжении XX столетия медиаобразовательная политика в Великобритании претерпела ряд качественных изменений в соответствии с доминирующими в тот или иной период медиаобразовательными парадигмами. Так, в первой трети XX века преобладала «защитная» («инъекционная») парадигма (Ф.Р. Ливис и Д. Томпсон). Целью и содержанием медиаобразовательной политики являлось сохранение культурного наследия нации и ограждение школьников от негативного влияния масс-медиа. В 60-х гг. доминировала «эстетическая» парадигма (С. Холл, П. Вэннел, Н. Такер), ставившая во главу угла личностное развитие эстетических вкусов школьников посредством знакомства с шедеврами экранного искусства. «Репрезентационная» парадигма в сочетании с «семиотической» теорией (Л. Мастерман) преобладала в 80-х гг. Целью в этот период являлось противостояние идеологическому и политическому манипулированию со стороны средств массовой информации и коммуникации путем развития у школьников

способности к критическому осмыслению медиапродукции на основе анализа медиатекстов. И, наконец, в 90-е годы XX столетия ей на смену пришла «культурологическая» парадигма в сочетании с «семиотической» и «практической» теориями (К. Бээлгэт, Д. Букингем, Э. Харт). Согласно данной концепции, необходимо подготовить учащихся к жизни в информационном обществе посредством развития медиакультуры школьников с помощью критического анализа медиатекстов, а также практического создания собственных медиапроектов.

Следует также отметить, что вплоть до 80-х годов XX века медиаобразование в Великобритании осуществлялось только в тех школах, где были учителя-энтузиасты, заинтересованные в том, чтобы их ученики могли лучше ориентироваться в мире массовой информации. Только в 1988 году медиаобразование впервые стало составной частью национальных учебных планов в Англии и Уэльсе [7].

На развитие медиаобразовательного движения в Великобритании оказал негативное влияние тот факт, что, поскольку многие учителя отнеслись к нововведениям без энтузиазма, Британским правительством дважды (в 1992 и в 1993 году) были совершены попытки исключить медиаобразовательные элементы из школьных учебных планов. [6]. 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» [1].

В 1996 году в Англии на базе педагогического факультета Саутэмптонского университета (The University Southampton, UK) открылся Центр медиаобразования (Media Education Centre), который возглавил профессор Эндрю Харт (A.Hart). Данный центр стал инициатором широкомасштабных научных исследований, как на британском, так и на международном уровнях [7].

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 [2].

В XXI веке, веке новых технологий, в Соединенном королевстве продолжает увеличиваться количество детей, пользующихся основными видами медиа и новыми технологиями в быту, в частности, сетью Интернет, мобильными телефонами, mp3 плеерами и цифровыми фотоаппаратами.

Приведем некоторые результаты опроса около 3 тысяч детей и их родителей, проведенного Ofcom (Office of Communications) в Великобритании в 2008 году.

Согласно данным опроса, британские дети имеют навыки пользования основными медиа (телевидение, игровые приставки, Интернет) начиная с пяти лет. 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 2005 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 – шесть медиа-устройств [4].

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 9 годам 52%, а к 15 – 95% британских детей имеют мобильные телефоны; с каждым годом дети начинают пользоваться ими все в более раннем возрасте [4].

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 50% [4].

В целом, согласно опросам, дети испытывают доверие к сетевому контенту (59% в возрасте 8-11 лет, и 61% в возрасте 12-15 лет). Однако дальнейший анализ показывает более сложную картину: лишь каждый десятый британский ребенок испытывает полное доверие практически ко всей информации, с которой он сталкивается в сети Интернет. Это свидетельствует о том, что, в какой-то степени, школьники способны самостоятельно оценивать сетевой контент. Около 50% детей от 12 до 15 лет проводят некую проверку перед посещением новых веб-сайтов: расспрашивают сверстников, оценивают

оформление сайта, современность его содержания, а также выясняют авторов и цель создания сайта. Различные степени доверия телевидению и сети Интернет могут объясняться тем фактом, что, согласно опросу, Интернет в гораздо большей степени используется детьми для получения какой-либо информации, чем телевидение, используемое в основном для отдыха и развлечений.

Что касается творческой активности британских детей, в основном она сконцентрирована вокруг социальных сетей. Сюда относятся: создание профиля на сайтах Facebook, MySpace и им подобных; создание музыкальных плей-листов; создание собственных веб-сайтов, создание собственных ринг-тонов для мобильных телефонов, создание коротких роликов с помощью цифровой видеокамеры или камеры мобильного телефона; создание онлайн-фотоальбомов; ведение собственного блога. Более половины юных пользователей сети создали собственную страничку в одной из социальных сетей, из них каждый третий посещает свою страницу ежедневно.

Интересен и тот факт, что, несмотря на то, что подавляющее большинство пользователей социальных сетей устанавливают ограниченный доступ к своим страницам, 40% детей 12-15 лет вообще не изменили изначальные настройки приватности. В то же время дети в незначительной мере заинтересованы в контактах с незнакомыми людьми, в поиске новых друзей, предпочитая использовать социальные сети для общения с друзьями и одноклассниками.

Что касается собственно медиаобразования в британских школах, на уроках по медиа учащиеся в большей степени интересуются такими средствами массовой коммуникации, как телевидение (например, в том, как и кем создаются телепередачи) и сеть Интернет (например, как функционирует сеть, как провести исследование в сети, как избежать нежелательных сайтов и т.п.). Подростки испытывают большее желание изучать медиа, чем учащиеся младшей школы (37% детей 12-15 лет и 17% детей 8-11 лет посещают занятия, посвященные телевидению; занятия, посвященные сети Интернет посещают 80% детей 12-15 лет и 64% детей 8-11 лет). С каждым годом эти показатели продолжают расти [4].

В Великобритании нет отдельного предмета «Медиаобразование»; его элементы интегрированы в предмет ICT (Information and Communication Technology – Информационные и коммуникационные технологии). Также в школьных учебных планах существуют положения, согласно которым элементы медиаобразования включены в предмет «Родной язык».

Основным школьным предметом, посвященным изучению медиа, является предмет «Информационные и коммуникационные технологии». Этот предмет представляется

особенно важным в связи с тем, что, как было отмечено выше, большинство опрошенных родителей не контролирует действия своих детей в сети, предполагая, что дети получают необходимые знания на занятиях в школе.

Великобритания занимает далеко не последнее место в мировом медиаобразовании благодаря опыту учителей, ведущих множество необязательных курсов по медиа для учащихся 14-18 лет на протяжении более двух десятилетий. Однако эти курсы посещает всего около семи процентов школьников данной возрастной группы, поэтому концепция «медиаобразования для всех» еще далека от совершенства [5].

Что касается предпочтений самих детей в том, откуда получать знания в области медиа, то они разнятся в зависимости от возраста. 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 [4].

В заключение можно сделать ряд общих выводов. В XXI веке 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. Степень доверия обусловлена различными факторами, такими как возраст ребенка, авторитет создателей, способ трансляции медиатекста, отзывы сверстников и т.д. Практически все британские дети имеют желание изучать медиа, в основном в школе, где элементы медиаобразования интегрированы как в обязательные предметы, так и в опциональные. Медиаобразовательная политика в Великобритании, как и развитие самих средств массовой информации и коммуникации, не стоит на месте, а проходит качественную эволюцию, в основе которой лежит смена различных образовательных парадигм: от защиты, протекционизма к подготовке молодежи к жизни в информационном обществе.

Литература

1. Hart, A. (2000). Probing the New Literature: A Meta-language for Media. *Telemedium, Journal of Media Literacy*. Vol. 46. N 1, 21.
1. Making Movies Matter. Report of the Film Education Working Group (1999). London: BFI. 94 p.
2. Masterman, L. (1985). *Teaching the Media*. London: Comedia Publishing Group, 341 p.

3. Media Literacy Audit: Report on UK children's media literacy // http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/ml_childrens08/
4. Media Literacy Studies on the Current trends and Approaches to Media Literacy in Europe // http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/studies/country/uk.pdf
5. Recommendations Addressed to the UNESCO. In: Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, 1999, pp. 273-274. Reprint in: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, p. 152
6. Федоров А.В. Медиаобразование в Соединенном королевстве и Ирландии // Медиаобразование. 2006. № 4. С. 61-91.