



информационные и коммуникационные технологии в художественном образовании

Сердюков Руслан Владимирович,
*аспирант Таганрогского государственного
педагогического института*
sephiroth_taganrog@yahoo.com

Медиаобразование в США 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).

Жизнь в современном мире едва ли возможно представить без средств массовой информации и коммуникации (медиа), к которым принято относить печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, звукозапись и систему интернет. За последние полвека медиа стали неотъемлемой частью жизни людей.

Не подлежит сомнению тот факт, что в новом тысячелетии медиа оказывают значительное воздействие на формирование подрастающей личности и ее мировоззрения. Зародившееся в 60-х годах XX века в ведущих странах мира (Великобритания, Канада, Соединенные Штаты Америки, Австралия и др.) движение медиаобразования в XXI веке развивается все более интенсивно.

Обратимся к определению этого термина, предложенному ЮНЕСКО: «Медиаобразование (media education) связано со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т. д.) и различными технологиями; оно дает 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 медиа текстов и обретения заинтересованной в них 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 и является инструментом поддержки демократии. Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и «пожизненного» образования» [15].

В последние годы в России обозначилась тенденция изучения достижений зарубежного медиаобразования. Несомненно, изучение и критическое осмысление опыта ведущих стран мира будет способствовать более эффективному развитию отечественного медиаобразования.

Как известно, США с давних пор является мировым лидером в области медиакультуры. Несмотря на это, медиаобразование в Соединенных Штатах Америки начало активно развиваться лишь в конце 80-х гг. XX века. Американское медиаобразование значительно уступало канадскому, австралийскому и британскому, поскольку было лишено целенаправленной государственной поддержки. Лишь в 1989 году был основан Центр Медиаграмотности в США (в Канаде первая Ассоциация медиаграмотности в Торонто (Association for Media Literacy – AML) была основана в 1978 году) [3]. В это время основной целью медиаобразования считалось развитие критического мышления и способности составить собственное мнение об информации, передаваемой медиа текстами. На этом этапе развития медиаобразования в США всё больше ученых и преподавателей начали участвовать в международном медиаобразовательном движении, посещать региональные и международные конференции, обмениваться опытом, результатами своей работы, а также учебными планами по медиаобразованию. Влияние этих конференций на дальнейшее развитие медиаобразования сложно переоценить. В 1991 г. на конференции в Сиэтле была сформирована Комиссия по медиаобразованию от Национального совета учителей английского языка (National Council of Teachers of English). Целью конференции было определение основных проблем будущего медиаобразования в США. В декабре 1992 г. Институтом Аспен (Aspen Institute) проводилась трехдневная конференция, собравшая 30 лидеров медиаобразовательного движения. Учителям и экспертам в области медиаобразования впервые была предоставлена возможность встретиться, поделиться мнениями, установить непосредственные контакты друг с другом, поучаствовать в стратегическом планировании.

В конце 1980-х – начале 1990-х гг. в Соединенных Штатах Америки было основано множество ассоциаций медиаобразования. Например, в 90-е годы XX столетия некоммерческая образовательная организация «Национальный совет по телевидению и медиа» (National Telemedia Council) проводила различные симпозиумы по медиаобразованию и медиаграмотности для учителей, родителей, исследователей и экспертов в области медиаобразования из различных штатов. Юго-Восточный альтернативный медиапроект (The Southwest Alternate Media Project – SWAMP) в Хьюстоне проводил многочисленные семинары, презентации, курсы повышения квалификации не только в штате Техас, но и в Массачусетсе, Нью-Мексико, Орегоне и других штатах.

В 1992 году Гарвардский университет (Harvard University) основал первый американский педагогический институт медиаобразования [8]. В 1993 году после проведения национальной конференции по медиаобразованию в Сиэтле был основан Северо-западный центр медиаобразования (Northwest Media Literacy Center).

Впоследствии, в 1990-х гг., были созданы многочисленные ассоциации и программы по медиаобразованию: NAMLE в Окленде, Strategies for Media Literacy в Сан-Франциско, National Media Literacy Project, Educational Media Center в Нью-Йорке [14].

В 1994 году президент США подписал основополагающий закон «Цели 2000: Американский образовательный акт» (Goals 2000: Educate America Act), который предусматривает так называемые содержательные стандарты по девяти ведущим предметам. Дисциплина «Искусства» (Arts) включает в себя обязательное медиаобразование на всех уровнях начальной и средней школы [19]. В последующие годы были проведены национальные конференции по медиаобразованию в г. Бун (Boon), штат Северная Каролина (1995), в Лос-Анджелесе (1996), в Сен-Поле и Миннесоте (1999) [8].

К середине 90-х годов XX века 12 штатов США включили в свои образовательные стандарты разделы по медиаобразованию и медиаграмотности (Калифорния, Нью-Йорк, Миннеаполис, Нью-Мексико, Техас, Северная Каролина, Висконсин, Миннесота и др.). К 2000 году практически все штаты включили медиаобразование в учебные планы своих школ и вузов [9]. К концу XX века происходит еще одно немаловажное событие в истории американского медиаобразования: основан Союз «За медиаграмотную Америку» (Alliance for a Media Literate America).

В 2007 году Национальной ассоциацией медиаобразования (National Association for Media Literacy Education – NAMLE) были выделены шесть основных принципов медиаобразования:

1. Медиаобразование требует активного изучения и критического осмысления всех получаемых и создаваемых нами сообщений. Медиаобразование призвано научить подрастающее поколение задавать специальные вопросы, которые позволят ему достичь более глубокого понимания сообщений, передаваемых медиа. Медиаобразование учит детей приводить обоснованные аргументы в подтверждение собственных выводов. Простое использование медиа на уроках не может считаться медиаобразованием.
2. Медиаобразование расширяет границы понятия «грамотность» (т. е. чтение и письмо), включая все формы медиа. Медиаобразование включает в себя анализ, позволяя учащимся выражать свои собственные идеи через различные формы медиа. Медиаобразование осуществляется не только в школе, но и во внешкольных программах, а также в университетах и колледжах, на дому и в сети Интернет.
3. Медиаобразование призвано формировать и закреплять медиакomпетентность учащихся всех возрастов в ходе комплексной, согласованной и непрерывной практики. Медиаобразование не может ограничиваться рамками одного урока, дня и даже недели занятий. Медиapedaгоги должны предоставлять учащимся разнообразные и многочисленные возможности развития уровня медиакomпетентности.
4. Медиаобразование способствует подготовке компетентных, мыслящих и неравнодушных членов демократического общества.
5. Поскольку медиа функционируют в социокультурном контексте, медиаобразование включает тексты, представляющие различные точки зрения и сообщества, предоставляет возможности изучать альтернативный взгляд на медиакyльтуру и международные перспективы.
6. Медиаобразование предусматривает, что учащиеся должны использовать индивидуальные умения, убеждения и опыт при создании собственных медиатекстов. Медиаобразование учит аудиторию делать собственный выбор в соответствии с индивидуальными ценностями. Медиаобразование признает, что интерпретация медиатекста учащимися может отличаться от интерпретации этого же медиатекста учителем, но не являться ошибочной [12].

В Соединенных Штатах Америки до сих пор продолжает существовать несколько точек зрения относительно понятия «медиаграмотность» (media literacy), включая идеологическую, культурологическую, инъекционную (защитную), теорию критического мышления. Изменяясь и пересекаясь, все эти теории продолжают сосуществовать.

Ведущее определение медиаграмотности включает такие действия, как интерпретация, анализ, оценка и создание собственных медиатекстов [17]. Тем не менее различные группы людей понимают «медиаграмотность» по-разному. Например, медицинские и социальные работники рассматривают медиаобразование как средство охраны здоровья и пропаганды здорового образа жизни среди детей различных возрастных групп; в то время как некоторые сторонники медиаобразования ставят во главу угла защиту от отрицательного влияния коммерческих средств массовой информации и коммуникации, акцентируя манипулятивный характер массмедиа. Тем не менее, несмотря на различное видение проблемы, большинство американских медиапедагогов признают следующие ключевые концепции медиаобразования:

- все медиатексты являются конструкциями;
- медиатексты являются репрезентацией мира (создают собственную реальность, переосмысливают, а не абсолютно объективно отражают ее);
- медиа имеют экономический и политический смысл и цели;
- каждый вид медиа имеет свои особенности языка и закономерности;
- различные аудитории интерпретируют медиатексты по-разному (смысл или «послание» медиатекста является результатом взаимодействия читателя или зрителя, самого медиатекста и «контекста») [5, 13].

Несмотря на то что в сравнении с некоторыми ведущими странами (Канада, Австралия, Великобритания) в США относительно недавно всерьез начали заниматься вопросом обязательного медиаобразования на всех ступенях средней школы, к настоящему моменту все 50 штатов США включили обучение медиаграмотности/медиакомпетентности в образовательные стандарты дисциплины *Language Arts* (основными являются «использование визуальных умений и стратегий для понимания и интерпретации визуальных медиатекстов» и «понимание особенностей и компонентов медиатекстов различных видов») (http://www.medialit.org/reading_room/article610.html).

Дисциплина *Language Arts* (словесность) чаще всего становится базой для интеграции медиаобразования. Помимо традиционных заданий, таких, как сравнение литературного первоисточника и его экранизации (-ий), американские педагоги учат школьников идентифицировать модели репрезентации определенных групп людей в различных медиатекстах (распознавать гендерные, этнические, социальные стереотипы), анализировать печатную и видеорекламу, выявлять приемы, которые используются, и их выбор в зависимости от целевой аудитории. Класс обсуждает правовые и этические аспекты реалити-шоу, учится интерпретировать фильмы с точки зрения социальных и

моральных установок, которые они несут, анализировать медийные стереотипы, политические карикатуры в газетах и журналах, предвыборную политическую рекламу, новости, популярные песни и телепередачи [17].

В настоящее время в различных штатах США базируется множество крупных ассоциаций медиаобразования: Центр медиаобразования (Center for Media Education) в Вашингтоне, Центр медиаграмотности (Center for Media Literacy) в Лос-Анджелесе, движение «Граждане за медиаграмотность» (Citizens for Media Literacy) в Северной Каролине, Центр медиаобразования (Media Education Center) в Нью-Мексико, Образовательный видеоцентр (Education Video Center) в Нью-Йорке, Ассоциация «Стратегии медиаграмотности» (Strategies for Media Literacy) и Национальный альянс медиа-искусств и культуры (National Alliance for Media Arts and Culture) в Сан-Франциско, Национальный совет по телевидению и медиа (National Telemedia Council) в Вирджинии, Центр медиаискусств (Media Arts Center) в Сиэтле и других [18].

Однако некоторые американские исследователи (в частности Р. Кьюби) полагают, что, в то время как в мире широко признана значимость новой парадигмы медиаобразования, в США в XXI веке наблюдается недостаточное развитие медиаобразовательного движения [7]. Несмотря на то что США являются лидером в области экспорта медиапродуктов в мире, они отстают от других англоязычных стран, таких как Австралия, Канада и Великобритания, во всех аспектах формального медиаобразования [10]. М. Галисиан даже утверждал, что США являются «страной третьего мира в этой жизненно важной области» [6].

Р. Кьюби исследовал причины отставания США в области медиаобразования с культурной, экономической, исторической и политической точек зрения [11]. Он выделил четыре препятствия на пути развития медиаобразования: обширные территории, культурные различия, недостаток стимула и различные теоретические парадигмы.

Во-первых, неизбежна значительная разобщенность, особенно когда в каждом из 50 штатов – свои законы и органы управления в сфере образования. Недостаток взаимодействия между преподавателями медиаобразования в различных штатах привел к созданию некоммерческих медиаобразовательных организаций, таких как Центр медиаграмотности (Center for Media Literacy) и Центр медиаобразования (Center for Media Education), учрежденных за пределами образовательной системы [4].

Во-вторых, в поликультурном обществе США значительно более сложно, чем в других англоязычных странах, достигнуть согласия и слаженности действий в вопросах медиаобразования.

В-третьих, как производитель и экспортер медиапродукции, средства массовой информации США, в отличие от СМИ, например, Великобритании, не стали движущей силой в развитии медиаобразования. Страны, импортирующие музыкальную, кино-, или телевизионную продукцию, обычно чрезвычайно чувствительны к зарубежным влияниям, которые могут поставить под угрозу национальное своеобразие этих стран. Таким образом, с целью защиты культурной целостности, возникает тенденция к разработке общего курса, единой медиаобразовательной политики. В США подобный внешний стимул Р. Кьюби представляется недостаточным [11].

Наконец, в США отсутствует общая теоретическая медиаобразовательная парадигма, которая могла бы дать стимул и наметить общий курс развития такого направления в педагогике, как медиаобразование. Согласно Д. Букингему [1] в работе Ф. Левиса и Д. Томпсона (Leavis and Thompson, 1933) была предложена медиаобразовательная модель для школ второй половины XX столетия. Впоследствии исследования, основывающиеся на трудах этих ученых [1], на десятилетия стали направляющей силой в развитии медиаобразования в США; их влияние в некоторой степени распространилось на Австралию, Канаду и другие англоязычные страны. В результате, в то время как в других странах развивается в большей степени ориентированный на учащихся подход, в котором подчеркивается важность интерпретации и критического анализа медиатекстов, в США до сих пор сильны позиции инъекционно-протекционистской модели.

В целом из-за этих препятствий США сложно развивать согласованную в плане политики, обучения и исследований систему медиаобразования. Несмотря на то что некоммерческие медиаобразовательные ассоциации прилагают усилия к продвижению медиаобразования, вышеуказанные препятствия продолжают оставаться труднопреодолимыми. К. Тайнер полагает: «Потребуется много усилий, чтобы создать более прочную основу для усовершенствования медиаобразования в США, в частности: 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» [16].

Тем не менее, несмотря на тот факт, что в США существует ряд проблем в области медиаобразования, американская система медиапедагогике является одной из самых

влиятельных в мире и продолжает развиваться. Американские педагоги обращаются к опыту зарубежных коллег (в особенности Канады, Австралии и Великобритании), необходимому на нынешнем этапе постепенной интеграции обязательного медиаобразования в учебные планы средней школы.

Таким образом, изучение и критическое осмысление медиаобразования в Соединенных Штатах будет способствовать дальнейшему эффективному процессу развития отечественного медиаобразования.

Литература

1. Buckingham, D. Children talking television: The making of television literacy. London: Falmer, 1990.; Buckingham, D. Critical pedagogy and media education: A theory in search of a practice. *Journal of Curriculum Studies*, 28 (6), 1996, PP. 627-650; Masterman, L. Teaching about television. London: Macmillan, 1980; Masterman, L. Teaching the media. London: Comedia, 1985; Williams, R. The long revolution. London: Chatto & Windus, 1961.
2. Buckingham, D. Media education in the UK: Moving beyond protectionism. *Journal of Communication*, 48 (1), 1998, PP. 35-43.
3. Center for Media Studies (2002-2005). History of Media Literacy in the USA – Decade by Decade // http://www.medialit.org/reading_room/rr2.php
4. Considine, D. M. Media literacy: Can we get there from here? *Educational Technology*, 19, 1990, PP. 7-19.
5. Considine, D.M. and Haley, G.E. (1999). *Visual Messages*. Englewood, Colorado: Teachers Ideas Press, 371 p.
6. Galician, M-L. Introduction: High time for “dis-illusioning” ourselves and our media. *American Behavioral Scientist*, 48 (1), 2004, PP. 7-17.
7. Gregorian, N. Media literacy & core curriculum: Initial results from the evaluation of a new media-literacy program funded by the U.S. Department of Education. *Threshold: Exploring the Future of Education*, winter, 2006, PP. 5-7; Thoman, E., & Jolls, T. Media literacy – A national priority for a changing world. *American Behavioral Scientist*, 48 (1), 2004, PP. 18-29.
8. Guo Ming Chen, 2007. Media Education in the United States, *Media Research*, 3 (3).
9. Kubey R., Baker F. Has Media Literacy Found a Curricular Foothold? *Telemedium, The Journal of Media Literacy*, vol. 46, 2000, No.1, P. 9.
10. Kubey, R. Media literacy and the teaching of civics and social studies at the dawn of the 21st century. *American Behavioral Scientist*, 48 (1), 2004, PP. 69-77.
11. Kubey, R. Obstacles to the development of media education in the U.S.. *Journal of Communication*, 48 (1), 1998, PP. 58-69; Kubey, R. Why U.S. media education lags behind the rest of the English-speaking world. *Television & New Media*, 4 (4), 2003, PP. 351-370.
12. NAMELE: Core Principles of Media Literacy Education in the United States // <http://www.namele.net/core-principles/namele-cpmle-w-questions.pdf>
13. Potter, W.J. (2001). *Media Literacy*. Thousand Oaks – London: Sage Publication, 423 p.
14. Pungente, J., (1997). Live long and prosper: Media literacy in the USA, *Clipboard*, 8 (2) // <http://interact.uoregon.edu/mediaLit/mlr/readings/articles/medialit.html>
15. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: *Education for Media and the Digital Age*. Vienna: UNESCO, 1999, PP. 273-274.
16. Tyner K. *New directions for media education in the United States*. Vienna, 1999.
17. Левицкая А. А., Сердюков П. В. Американские научно-образовательные центры в области медиапедагогике: сравнительный анализ // *Дистанционное и виртуальное обучение*. 2010. № 10. С.63–89.

18. Новикова А. А. Медиаобразование в США: проблемы и тенденции // Педагогика. 2000. №3 . С. 68–75.
19. Федоров А. В., Новикова А. А. Медиаобразование в США и Канаде // США и Канада: Экономика, политика, культура. 2004. № 9. С. 96–104.