



информационные и коммуникационные технологии в художественном образовании

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

Медиаобразование в Австралии 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).*

Современный мир невозможно представить без медиа средств массовой информации и коммуникации (медиа), к которым принято относить печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, звукозапись и систему интернет. Не подлежит сомнению тот факт, что медиа оказывают значительное влияние на формирование подрастающей личности и ее мировоззрения. Таким образом, зародившееся в 60-х годах XX века в ведущих странах мира (Великобритания, Канада, США, Австралия и др.) движение медиаобразования развивается в новом тысячелетии все более интенсивно.

Обратимся к определению этого термина, предложенного 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 медиатекстов 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» [8].

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

В XXI веке Австралия является одним из лидеров медиаобразования в мире. Медиаобразование в Австралии изучалось как зарубежными (П. Гринвей, Р. Куин, Б. МакМахон, В. МакДональд, А. Джетникофф, К. Симпсон), так и отечественными специалистами (А. Федоров). Несмотря на отсутствие в Австралии централизованной образовательной системы, в каждом штате существует целостный подход к медиаобразованию, определенный в учебном плане каждого штата.

Австралийская организация The Australian Communications and Media Authority (АСМА) придерживается распространенного в Европе определения термина «медиаграмотность», подразумевая под ней «способность использовать, понимать и создавать медиатексты» [2]. По словам доктора наук К. Симпсон, «медиаобразование имеет огромное значение в современном обществе. Поскольку медиа в нашей жизни присутствует повсеместно, поскольку именно посредством медиа мы получаем информацию, представляется безусловно необходимым сделать людей медиаграмотными, способными критически оценивать медиа» [9].

В 2009 году специалистами из АСМА были определены основные социальные особенности современной Австралии, которые необходимо учитывать и в контексте медиаобразования. Прежде всего это низкая плотность населения. 64 процента австралийцев проживают на территории, занимающей 0,5% площади континента. 93% территории заселено лишь десятью процентами жителей. Данный фактор обуславливает значительные трудности в обеспечении всего населения полным объемом средств массовой информации и коммуникации. Также следует отметить культурное многообразие: 44% австралийцев родились за океаном либо имеют одного из родителей, родившегося за пределами Австралии. Еще один немаловажный фактор – старение населения. К 2036 году численность австралийцев в возрасте 65 лет и старше достигнет 25% от общего населения, что порождает потребность обучить навыками пользования новейшими, прежде всего цифровыми, медиа не только детей, но и людей старшего возраста.

В XXI веке ведущим направлением медиаобразования в современной Австралии все чаще становится изучение вопросов, связанных с ролью медиа в производстве и репроизводстве, в репрезентации различных социальных групп в условиях демократического общества. Медиа рассматривается в широком социокультурном контексте. Глобальная ценность медиаобразования видится австралийским педагогам в том, чтобы «сделать медиаграмотность процессом, развивающимся в течение всей человеческой жизни» [5].

Ведущими темами исследований становятся следующие: «Реклама на телевидение и детская аудитория», «Культурные различия и развитие телевидения для детей», «Влияние видеоигр на детскую аудиторию», «Дети и домашние компьютеры», «Молодежная аудитория и Интернет» [10].

По мнению австралийского педагога А. Джетникофф, одной из ключевых составляющих медиаобразования является изучение агентств: «Вместо того чтобы просто наблюдать за жестокостью на экранах телевизоров, в кино, в сети Интернет и видеоиграх, мы можем предложить учащимся заглянуть в тот мир, в котором все это создается и контролируется, и, главное, мы можем обсудить причины превалирования темы насилия в масс-медиа». М. Моргану этот элемент также представляется необходимым компонентом медиаобразования. По его утверждению, «вместо того, чтобы «защищать» учащихся от воздействия масс-медиа, необходимо обучить их языку медиа и помочь выработать аналитические навыки и умение критически осмысливать эти медиатексты» [6].

В австралийских школах в старших классах существуют автономные курсы под названием «Media Studies», однако медиаобразование также интегрировано в такие дисциплины, как «Английский язык», «Искусства», «Технологии» и т. д. Как и в Великобритании, медиаобразование в Австралии опирается на так называемые «ключевые понятия». Например, в штате Квинсленд медиаобразование основывается на пяти ключевых понятиях: «технологии», «репрезентация», «агентства» (источники медиатекстов), «аудитория» и «язык медиа» [3].

Австралийские школьники изучают «Кино, телевидение и новые медиа» на основе данных пяти ключевых понятий, функционирующих в контекстах создания и применения. В старшей школе эти ключевые понятия исследуются и оцениваются посредством таких аспектов, как критика, разработка и производство. Концептуальный подход «позволяет медиаобразованию оставаться современным по отношению к постоянно изменяющимся потребностям, интересам и опыту учащихся, не становясь консервативным в подборе материала» [7].

Рассмотрим на примере штата Квинсленд, каким образом функционирует преемственность и последовательность австралийского медиаобразования.

Медиаобразование в начальной школе основывается на все тех же пяти ключевых понятиях, что и на среднем и старшем этапах обучения. Каждый учебный план по гуманитарным наукам с 1 по 10 классы базируется на результатах предыдущего: таким образом, осуществляется постепенное усложнение материала. Проводится оценка знаний и умений учащихся, в частности, в отношении «создания медиатекстов» в учебном плане изложено следующее: «Учащиеся приобретают эстетический опыт посредством практических занятий, в ходе которых они создают, конструируют, производят медиатексты постепенно увеличивающегося уровня сложности, используя язык и технологии медиа».

На втором этапе начального обучения (3–5 год), учащиеся могут приобрести непосредственный опыт общения с медиа, создавая свои истории, сюжеты, персонажей с помощью цифровых фотоаппаратов. В старших классах учащиеся могут создавать сатирические рассказы или работы, критические в отношении медиа. Австралийские школы снабжены компьютерами и видеокамерами, и учащиеся имеют возможность создавать простые анимационные ролики при помощи специальных программ.

На 8–9 годах обучения все это изучается интенсивнее и на усложненном уровне – например, учащиеся разрабатывают свою рекламную кампанию, тогда механизм создания и работы корпоративной рекламы может быть изучен посредством его критического анализа и вовлечения школьников в созидательный процесс. В результате учащиеся способны создавать собственные слайд-шоу, аудиовизуальные презентации с использованием простых программ-редакторов и т. п., тем самым демонстрируя понимание в таких сферах, как язык медиа, агентства, репрезентации и целевые аудитории. Если учащиеся выбирают занятия по медиа в старшей школе, их ждет более глубокое погружение в процесс создания собственных медиатекстов, приближенных к создаваемым в индустрии медиа.

Медиаобразование на старшей ступени (последние 2 года школьного обучения) также организовано вокруг трех взаимосвязанных направлений: проектирование (опираясь на ключевые понятия, учащиеся делают свои предложения по созданию медиапродукции), производство (опираясь на ключевые понятия, учащиеся создают собственные медиатексты) и критика (опираясь на ключевые понятия, учащиеся анализируют и оценивают продукцию в контексте ее производства и применения) [7].

Создание собственных медиатекстов способствует «расширению границ использования в педагогике игровых форм, которые обеспечивают непосредственное

деятельностное вовлечение молодых людей в мир медиа» [1]. Большую часть времени в старших классах отводится именно проектированию и производству.

Что же касается университетского образования, рассмотрим его на примере первой кафедры медиаобразования, созданной в 1970 году в Университете Маккуори (*Macquarie University*) в г. Сидней (в 2009 году произошло слияние трех кафедр: медиаобразования, музыки и культуры).

В настоящее время семнадцать преподавателей кафедры ведут различные курсы для студентов и аспирантов, например, на первом году обучения – вводный курс «Австралийские медиа» (*Australian Media*), в центре внимания которого – история австралийских средств массовой информации и коммуникации. На третьем курсе преподаются такие предметы, как «Особенности медиа» (*Media Identities*) и «Современное мировое кино» (*Contemporary World Cinemas*). На четвертом изучается «Австралийское экранное пространство» (*Australian Screen Spaces*). Стоит упомянуть, что в Университете Маккуори по договорам обмена, заключенным более чем 100 университетов со всего мира, обучается наибольшее в Австралии число иностранных студентов [4].

Молодым людям предлагается трехлетнее обучение для получения степени «бакалавр искусств (медиа)» (*Bachelor of Arts (Media)*) с возможностью продолжить обучение. Также студенты могут получить комбинированную степень «бакалавр искусств (медиа)/бакалавр юридических наук» (*BMedia/LLB(Law)*). Учащимся предоставляется возможность совмещать практические и теоретические занятия, предлагаемые не только кафедрой медиаобразования, но и другими кафедрами. Студенты могут стать специалистами как в области «визуальной продукции» (*Visual Production*) или «мультимедиа» (*Multimedia*), так и в сфере «общественных отношений» (*Public Relations*) и «радио продукции» (*Radio production*).

Студентам также предоставляется возможность выставлять свои творческие работы. Например, каждый год в местном кинотеатре проходит показ лучшего фильма, созданного третьекурсниками. Несколько из этих коротких фильмов были показаны на местных и международных кинофестивалях. Студенты третьего курса, занимающиеся письменными видами медиа, получают возможность выпустить журнал *SCOPE*, а учащиеся, избравшие своей будущей специальностью радио, – работать как на университетской, так и на одной из городских радиостанций.

Что касается аспирантуры, то здесь предлагаются двухлетние магистерские курсы, а также четырехлетние курсы на соискание степени доктора наук. Аспиранты могут заниматься написанием традиционной диссертации, но также им предлагается нетрадиционная программа написания диссертации, основу которой составляют «создание

медиа» (media production) в сочетании с «критическими комментариями» (critical commentary). В настоящий момент около тридцати аспирантов работают над диссертациями на самые разнообразные темы, например, «Современное польское кино», «Проблема авторского права в онлайн-медиа» или «Образы немцев в австралийской визуальной культуре». Поскольку кафедра медиаобразования привлекает большое число иностранных студентов, аспирантам предоставляется возможность работать на факультете (согласно австралийским законам, иностранные студенты могут работать двадцать часов в неделю). У кафедры также имеется собственный онлайн-журнал SCAN (www.scan.net.au), регулярно пополняемый статьями аспирантов и преподавателей.

В итоге «медиаобразованные учащиеся» должны:

- знать, какие средства используются для создания медиатекстов;
- осознавать связь между выбором специфики изображения (например, в рекламе) и ее соотношением с «целевой аудиторией»;
- уметь проиллюстрировать соответствующими примерами стереотипность медиаобраза (как эти стереотипные образы служат экономическим, социальным интересам отдельных групп общества) [5].

Таким образом, в австралийских школах происходит вовлечение учащихся в медиаобразовательный процесс на протяжении всего периода обучения. На современном этапе развития австралийское медиаобразование ориентировано, прежде всего, на обучение школьников способности к аргументированному критическому осмыслению медиа, развитие их «критической автономии» в понимании медиатекстов, повышение их информационной компетентности. Во многих австралийских университетах осуществляется подготовка будущих специалистов в различных областях медиа. Благодаря развитию сети Интернет труды австралийских медиапедагогов распространяются по всему миру.

Литература

1. Buckingham, D., Media Education: Literacy, learning and contemporary culture, Cambridge, Polity, 2003.
2. International Media Literacy Research Forum, retrieved June 1, 2010, <http://www.imlrf.org/australia>
3. Jetnikoff, A. (2007) Square eyed kids are not one eyed: media education in Australia. Screen Education 48.
4. Macquarie University Official Website <http://www.dmc.mq.edu.au/>
5. McMahon, B. and Quin, R. (1997). Living with the Tiger: Media Education Issues for the Future. In: Kubey, R. (Ed.). Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers, 307–321.

6. Morgan, M., Violence and Effects Research. In T. Miller (Ed.), Television Studies. London: British Film Institute, 2002.
7. Queensland Studies Authority, Queensland Film, Television and New Media Syllabus, QSA, Brisbane, 2005.
8. 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
9. Simpson, C. (2007) Bonds of War: Interview with Tolga Örnek" in Metro Magazine No 153.
10. Федоров А.В. Медиаобразование в Австралии // Медиаобразование. 2005. № 1. С.103–106.