

АКАДЕМІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

Валерій Іванов

Оксана Волошенюк

Леся Кульчинська

*МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ:
КОРОТКИЙ ОГЛЯД*

Київ 2011

УДК 070:37
ББК 76.0
I-20

ISBN 978-966-2123-26-5

I-20 **Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд** / Іванов В.,
Волошенюк О., Кульчинська Л. – К.: АУП, ЦВП, 2011. – 58 с.

Автори: Волошенюк О. (Огляд медіаосвіти: Австрія,
Великобританія, Німеччина, Фінляндія),
Іванов В. (Медіаосвіта та медіаграмотність:
до проблеми визначення термінів),
Кульчинська Л. (Огляд медіаосвіти: США, Франція).

В брошурі міститься представлення основних поглядів на терміни «медіаосвіта» та «медіаграмотність», а також аналіз основних моделей медіаосвіти та медіаграмотності та їх втілення у світі.

Призначена для студентів, аспірантів, викладачів, всіх, хто цікавиться заявленою проблематикою.



*Огляд підготовлений та виданий за сприяння
Міжнародного фонду «Відродження».*

ISBN 978-966-2123-26-5

© Академія Української Преси, 2011
© Центр Вільної Преси, 2011

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: ДО ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Незважаючи на те, що вже протягом значного часу в світі розробляється теорія та практика медіаосвіти, остаточної визначеності в цьому терміні ще немає.

Важливу роль у становленні та розвитку медіаосвіти відіграло ЮНЕСКО. Вважається, що вперше термін «медіаосвіта» був вжитий у 1973 р. на спільному засіданні сектору інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно та телебачення.

Хоча деякі вчені вважають, що першу навчальну програму з медіаосвіти розробив канадський учений М. МакЛюен у 1959 р., а активне застосування медіаосвіти в навчально-виховному процесі розпочалося в 1960-х роках у Великій Британії, Канаді, Німеччині, США, Франції. При цьому завдання медіаосвіти було сформувавати інформаційну культуру та підготувати до життя в інформаційному суспільстві [Гуріненко І. Ю., 2009: 182; за Литвин А.].

В документах ЮНЕСКО вказується, що медіаосвіта – це навчання теорії та практичним умінням для опанування сучасними мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких як, наприклад, математика, фізика чи географія [Media Education, 1984: 8; за Федоров А.В., 2003 та Жилавская И.В., 2009: 82]. Як бачимо, фахівці ЮНЕСКО чітко відокремлюють опанування медіа від їх використання як знаряддя при навчанні іншим наукам.

Вважається, що медіаосвіта пов'язана з усіма видами медіа (друкованими, графічними, звуковими, візуальними, тощо) і різними технологіями. Вона має дати людям можливість зрозуміти, як масова комунікація використовується в їхніх соціумах, навчитися використовувати медіа в комунікації з іншими людьми; забезпечує знання того, як: 1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; 2) визначати джерела ме-

діатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси, їх контекст; 3) інтерпретувати медіатексти і цінності, що розповсюджують медіа; 4) добирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних медіатекстів та набуття зацікавленої в них аудиторії; 5) отримання можливості вільного доступу до медіа як для сприйняття, так і для продукції. На думку фахівців ЮНЕСКО, медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію та є інструментом підтримки демократії. При цьому медіаосвіта рекомендується для запровадження в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної та «пожиттєвої» освіти [Recommendations..., 1999: 273-274. Reprint in: Outlooks..., 2001: 152; по <http://edu.of.ru/medialibrary/>]. Тут особливо важливою є думка про те, що медіаосвіта належить до основних прав людини і що вона повинна тривати, вдосконалюватися протягом усього життя.

На думку Л. Мастермана, «центральною та об'єднуючою концепцією медіаосвіти (media education) є репрезентація (representation). Тобто згідно з цим поглядом, медіа не відображають дійсність, а представляють її. А головною метою медіаосвіти є «денатуралізація» медіа. Медіаосвіта є насамперед дослідницьким процесом, який базується на ключових концепціях, що в основному є аналітичними інструментами, а не альтернативним змістом. Ці ключові концепції включають: denotation (означення), connotation (асоціацію), genre (жанр), selection (відбір), nonverbal communication (невербальну комунікацію), media language (мову медіа), naturalism and realism (природність та реальність), audience (аудиторію), construction (конструкцію), mediation (медіасприйняття), representation (репрезентацію), code/encoding/decoding (код, декодування, кодування), segmentation (сегментацію, виділення), narrative structure (сюжетну структуру), ideology (ідеологію), rhetoric (риторику), discourse (промову, мову), and subjectivity (суб'єктивність). Л. Мастерман вважав, що медіаосвіта продовжується усе життя людини і має на меті не просто критичне розуміння (critical understanding), а й критичну автономію (critical autonomy) [Masterman, L., 1997: 40-42; Masterman L., 1988; за Федоров А.В., 2003 та Федоров А. Терминологія...]. Близькі до цього погляди висловлювала американська дослідниця П. Офдерхейд. Вона вважала, що медіаграмотність спрямована на розвиток у людини «критичної автономії відносно медіа. Головним у медіаграмотності є широкий спектр інформування в громадянській, соціальній, споживацькій сфері, стосовно критичного сприйняття та творчості» [Kubey, R. (Ed.), 1997: 79; за Федоров А. Терминологія...]. Головним у цьому погляді, безперечно, є не роль медіа (відбиття чи репрезентації), а активне ставлення людини до пізнання медіа. Медіа тут виступають

самостійним утворенням, відносно якого важливо зберігати самостійність та сприймати його критично.

Можна виділити ще кілька принципів медіаосвіти за Л. Мастерманом [Masterman L., 1997: 15–68; за Федоров А.В., 2010: 28 та Жилавская И.В., 2009: 87–88]. Медіаосвіта представляється як серйозна та важлива область, що пов'язана з більшістю соціальних структур демократичного суспільства. Вона актуальна, втілює принцип «тут і зараз» у широкому ідеологічному та історичному контексті. Зміст у медіаосвіті означає розвиток варіативних аналітичних інструментів. Її ефективність може бути оцінена двома основними критеріями: здатністю учнів застосовувати своє критичне мислення у нових ситуаціях і кількістю зобов'язань і мотивацій, висловлених ними щодо до медіа. А ідеальна оцінка медіаосвіти, за Л. Мастерманом, це самооцінка учнів. Крім того, медіаосвіта намагається змінити відносини між учнем і вчителем, даючи можливість для роздумів і діалогів, тобто це швидше діалог, ніж дискусія. Таким чином, медіаосвіта розвиває більш відкритих та демократичних педагогів, вона спрямована переважно на групове навчання. Складається медіаосвіта з «критичної практики» і «практичної критики».

Л. Мастерман виділив та обґрунтував сім причин актуальності медіаосвіти у сучасному світі. 1. Високий рівень споживання мас-медіа та насиченість сучасних суспільств їх продуктами. 2. Ідеологічна важливість медіа та їхній вплив на свідомість аудиторії. 3. Швидке зростання кількості медійної інформації, посилення механізмів управління нею та її розповсюдження. 4. Інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси. 5. Зростання значущості візуальної комунікації та інформації в усіх галузях. 6. Необхідність навчання школярів/студентів з орієнтацією на відповідність сучасним вимогам. 7. Національні та міжнародні процеси приватизації інформації, що пришвидшуються. До цих причин І. Жилавська додала ще одну: «пожовтіння» мас-медіа та зниження загального рівня медійної продукції, яке, як зворотну реакцію, викликає до життя потребу в освітніх технологіях в галузі мас-медіа [Masterman L., 1988; за Жилавская И.В., 2009: 73–74]. Зрозуміло, що інформаційна революція та глобалізація зробили наше сприйняття світу в значній мірі залежним від того, як його подають медіа. На жаль, медіа відповідним чином не відреагували на збільшення відповідальності, їхні матеріали часто не перевіряються належним чином, містять елементи маніпуляції та підтасовок. У цих умовах медіаосвіта є шляхом до того, щоб озброїти людину можливістю самозахисту від недоброчесної медіаінформації.

Л. Мастерман також виділив чотири найважливіших області медіаосвіти: 1) авторство, власність і контроль у сфері медіа; 2) способи досягнення ефекту впливу (тобто способи кодування інформації) медіатексту; 3)

репрезентація навколишнього середовища через медіа; 4) аудиторія медіа [Жилавская И.В., 2009: 88]. Можна було б додати ще й особливості самих медіа як каналів передачі інформації.

Інший американський вчений Р. Кьюбі бачить мету медіаосвіти у тому, щоб «дати учням розуміння того, як і чому медіа відображають суспільство і людей», а головне «розвивати аналітичні здібності і критичне мислення відносно медіа» разом з вивченням їх мови [Kubeu, R. (Ed.), 1997: 40-42; Kubeu, R., 1998: 27; за Федоров А.В., 2010 та Федоров А. Терминология...].

Видатний теоретик медіа Дж. Гербнер розумів медіаосвіту як формування широкої коаліції «для розширення свободи та розмаїття комунікації, для розвитку критичного розуміння медіа як нового підходу до ліберальної освіти» [Gerbner G., 1995; за Жилавская И.В., 2009: 81].

С. фон Файлітзен особо вказує, що медіаосвіта означає критичне мислення (*critical thinking*), суттєвим елементом розвитку якого є створення учнями власної медіапродукції. На його думку, медіаосвіта потрібна для активної участі як в демократичному процесі, так і в процесі глобалізації. Вона має засновуватися на вивченні всіх видів медіа [Feilitzen S. von., 1999: 24-26; за Федоров А.В., 2003]. Цікавим тут є твердження, що створення медіапродукції є необхідним елементом у процесі медіаосвіти. Дійсно, десакаралізація медіа, набуття учнями навичок журналістики, коли вони дізнаються про механізм та «кухню» того, як створюються медіа, має сприяти встановленню незалежного та критичного погляду на їх контент.

Аналогічного погляду дотримується К. Тайнер. Серед шляхів використання аудіовізуальних медіа він пропонує: аналіз медіапродукції (розвиток критичного мислення), який може мати міждисциплінарний та інтерактивний характер; участь у створенні навчальної медіапродукції, що передбачає спільний вибір теми, змісту, концепції, шляхів практичної реалізації проекту; розроблення критеріїв оцінювання, яке здійснюють спільно вчителі й учні тощо [Новикова А. А., 2001: 87-88; за Литвин А.].

Також є думка, що медіаосвіта – це вивчення медіа. Причому воно відрізняється від навчання за допомогою медіа. Медіаосвіта одночасно пов'язана з пізнанням того, як створюються і розповсюджуються медіатексти, а також з розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту. Для порівняння вивчення медіа (*media studies*), як правило, пов'язується з практичною роботою зі створення медіатекстів. І медіаосвіта, і вивчення медіа спрямовані на досягнення цілей медіаграмотності (*media literacy*) [Dorr, A., 2001: 9494; за Федоров А.В., 2003]. Закономірною тут виглядає побудова медіаосвіти як від навчання за допомогою медіа, так і від вивчення самих медіа. Чіткою також є вказівка на мету медіаосвіти: досягнення медіаграмотності.

Британські вчені К. Безелгет та Е. Харт вважають, що медіаосвіта має ґрунтуватися на вивченні шести ключових понять: «агентства медіа / media agencies» (аналіз системи функціонування, цілей, тощо джерел інформації, які створюють і розповсюджують медіатексти), «категорії медіа / media categories» (аналіз типів медіатекстів – за видами, жанрами тощо), «технології медіа / media technologies» (аналіз технологічного процесу створення медіатекстів), «мова медіа / media languages» (аудіовізуальні засоби вираження, коди та знаки, стиль і т.п. медіатекстів), «аудиторії медіа / media audience» (аналіз типології аудиторії, рівня сприйняття медіатекстів), «репрезентації медіа / media representations» (аналіз конкретного представлення авторами / джерелами інформації / агенціями змісту в медіатекстах) [Hart A., 1991: 13; за Федоров А.В., 2010]. Можна було б додати, що доцільним є аналіз специфіки самих комунікаторів (і окремих видів медіа, і журналістів), а також ефектів, що спричиняють медіа.

Один із активістів медіаосвіти Б. Мак-Махон звернув увагу на її морально-демократичний аспект. Він пише, що «в епоху тероризму та війн ХХІ століття медіаосвіта молоді стає важливою вимогою демократичного суспільства» [McMahon B., 2003: 3; за Жилавская И.В., 2009: 81].

У Росії провідним теоретиком медіаосвіти є О. В. Федоров. Він проаналізував різні визначення медіаосвіти (Медиаобразование, media education, education aux medias, medienpädagogik, educacion para los medios) та провів опитування фахівців з різних країн світу з цього приводу. Крім того, він на основі вивчення поглядів західних вчених [Bazalgette C., Bevort E., Savino J. (Eds.), 1992: 187-190; Gonnet J., 2001: 7-25; Masterman L., 1997: 20-31; Piette J. & Giroux L., 1997: 89-134, та ін.] виділив вісім теорій медіаосвіти [Федоров А.В., Новикова А.А., 2002: 149-158; Федоров А.В., 2003].

Він вважає, що єдиної теорії медіаосвіти у світі не було і немає. Аналіз восьми теорій, виділених О. Федоровим показує їх незаперечне походження від відповідних теорій масової комунікації. Які ж саме теорії були названі?

Перша – ідеологічна теорія медіаосвіти. Її прихильники вважають, що медіа маніпулює громадською думкою, зокрема в інтересах визначених класів, рас та націй. Дитяча аудиторія є найлегшою мішенню впливу медій. Тому пріоритетною метою медіаосвіти є спонукання аудиторії до зміни системи масової комунікації (якщо це демократична країна) або, навпаки, переконувати, що система мас-медіа найдосконаліша (якщо це авторитарна країна). Стверджується, що у 1960-х – першій половині 1980-х років вона існувала у двох варіантах: західному та східноєвропейському. Відповідно основна увага приділялася критичному аналізу політичних, соціальних та економічних аспектів медіатекстів своїх країн, а особливо критичний підхід практикувався до аналізу медіатекстів ворожого табору. О. Федоров

вважає, що на сьогодні ідеологічна теорія частково втратила свої позиції та класовий підхід змінений на національно-регіональний та соціально-політичний. Тобто країни третього світу намагаються захиститися від американської маскультури.

Друга – протекціоністська (ін'екційна, захисна, щепленева) теорія медіаосвіти. Ця теорія також називається протекціоністською (захист від шкідливого впливу медіа), громадянського захисту (те саме), культурних цінностей (які протиставляються контенту медіа). Назва й опис свідчать, що за основу тут взята теорія кулі. Прихильники цієї теорії вважають, що медіа здійснюють сильний та негативний вплив на аудиторію. Зокрема, діти сприймають зображення насилля на екрані за зразок, який запроваджують у реальному житті. Аудиторія тут є масою пасивних споживачів, не здатною зрозуміти сутність медіаповідомлень. Метою медіаосвіти є пом'якшення негативного ефекту сильного залучення до медіа. Педагоги показують різницю між реальним та віртуальним життям, протистоять негативному медіаконтенту. Основна увага приділяється проблемам негативного зображення насильства та сексизму.

Третьою є теорія медіаосвіти як джерела задоволення потреб аудиторія. Вже з назви видно, що основні ідеї кальковані від теорії користі та задоволення (як причин звернення аудиторії до медіа. Тут визнається, що вплив медіа на аудиторії обмежений, учні можуть самі обрати та оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб. Таким чином, мета медіаосвіти полягає в тому, щоб допомагати учням використовувати медіа з максимальним ефектом.

Четверта теорія названа практичною теорією медіаосвіти. Ще використовують назву «медіаосвіта як таблиця множення» (мається на увазі таке ж автоматичне вміння працювати з медіа, як і рахувати за допомогою таблиці множення). Вплив медіа тут також визнається обмеженим, а основним завданням є навчити школярів використовувати медіаобладнання. Тобто головна увага приділяється вивченню технічної сторони та навчанню використання приладів, в тому числі і для створення власного медіаконтенту. Звідси гуртки операторів, фотографів, комп'ютерників тощо.

П'ята – естетична чи художня теорія медіаосвіти. Її походження йде, мабуть, від культурологічної теорії масової комунікації. Метою медіаосвіти є допомога аудиторії в розумінні основних законів та мови медіа як різновиду мистецтва, розвивати естетичне сприйняття та смак, здатність до кваліфікованого аналізу медіатекстів. Тому основний зміст медіаосвіти спирається на вивчення мови медіакультури, її історії, авторського світу творців. Педагоги навчають школярів критичному аналізу художніх медіатекстів, їх інтерпретації та кваліфікованій оцінці. Л. Мастерман вважає, що художня теорія медіаосвіти є дискримінаційною через те, що проголошує

свою метою розвиток здатності до кваліфікованого судження тільки по щодо спектра мистецтва в медіаінформації. Він вважав, що питання оцінки якості медіатексту не повинні бути центральними в медіаосвіті. Головна ж мета – допомогти учням зрозуміти механізм функціонування медіа, те, чий інтереси вони захищають, як зміст медіатекстів віддзеркалює реальність, як він сприймається аудиторією [Masterman L., 1997: 22-25; за Федоров А.В., 2003].

Шостою О. Федоров називає семіотичну теорію медіаосвіти. Звичайно, вона ґрунтується на працях структуралістів. Медіапедагоги цього напрямку стверджують, що медіа часто намагаються приховати знаковий характер своїх текстів. Таким чином. Роль медіаосвіти допомогти пасивній аудиторії правильно читати тексти медіа. Основним змістом навчання стають коди та «граматика» медіатексту, тобто мова медіа, а стратегією – навчання правилам декодування медіатексту, опис його змісту, асоціацій, особливостей мови тощо. При цьому знаковий характер мають будь-які тиражовані предмети, наприклад, туристичні путівники, обкладинки журналів. «Непрозорість» тексту пояснюється ще й тим, що медіа не відображають реальність, а представляють її.

Сьоною теорією медіаосвіта репрезентується як засіб формування критичного мислення. Медіа тут представлені як четверта влада, котра може диктувати пріоритети (порядок денний) для аудиторії. Метою медіаосвіти є захист аудиторії від маніпуляційного впливу медіа, навчання орієнтації в медійному потоці. Педагог у процесі занять вивчає з учнями вплив медіа на індивідів та суспільство за допомогою кодів (символів), розвиває критичне мислення стосовно медіаматеріалів. Вважається, що аудиторія в умовах надлишку інформації потребує орієнтира, має бути навчена сприймати та аналізувати інформацію, повинна мати уявлення про механізми та наслідки впливу медіа. Учні мають уміти розпізнавати однобічну чи перекручену інформацію (особливо телевізійну, бо вважається, що та має більший вплив). Вони повинні знаходити різницю між загальновідомими фактами і такими, що потребують перевірки; визначати надійність джерела інформації; допустимі та недопустимі твердження; різницю між головною та другорядною інформацією; ангажованість суджень; недоведені аргументи; логічну несумісність тощо. Тобто в учнів виробляється імунітет до бездоказовості, замовчування, брехні. Метою є людина, підготовлена до сприйняття інформації мас-медіа, здатна повноцінно зрозуміти та проаналізувати її, протистояти маніпуляційним впливам. О. Федоров наводить думку директора медіаосвітнього центру СЛЕМІ Ж. Гонне, який вважав, що головне – допомогти учням стати вільними, толерантними громадянами демократичного суспільства, які мають автономне мислення [Gonnet J., 1997: 10; Gonnet J., 2001: 24; за Федо-

ров А.В., 2003]. Аналогічної позиції дотримується британський дослідник Р. Фергюсон [Gonnet J., 1997: 16-17; за Федоров А.В., 2003].

Восьмою називається культурологічна теорія медіаосвіти. Її прихильники вважають, що медіа пропонує, а не нав'язує інтерпретацію текстів. Аудиторія завжди перебуває у процесі діалогу з медіатекстами та їхнього оцінювання. Аудиторія самостійно аналізує контент, вкладає в нього свою інтерпретацію. Головною метою медіаосвіти є допомогти учням зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання тощо.

О. Федоров спробував згрупувати теорії медіаосвіти. До захисних він відніс ін'єкційну, ідеологічну та естетичну. В усіх цих випадках педагогіки мають намагатися охороняти учнів від шкідливого впливу медіа. Противники цих підходів говорять про те, що не беруться до уваги смаки та потреби учнів. До аналітичного підходу належать теорії критичного мислення, семіотична та культурологічна. У цілому зроблений висновок, що в концепціях медіаосвіти переважають виховні, навчальні та креативні підходи до використання можливостей медіа. О. Федоров виділив такі типові етапи цих теорій: 1) отримання знань про історію, культуру, мову та теорії медіа (освітня складова); 2) розвиток сприйняття медіатекстів, розуміння їхньої мови, активізація уявлення, зорової пам'яті, розвиток різних видів мислення (у тому числі критичного, логічного, творчого, образного, інтуїтивного), вмінь усвідомленого розуміння ідей (моральних, філософських проблем тощо), образів тощо; 3) розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа. Усі ці етапи бути подані в комплексі, інакше медіаосвіта матиме однобокий характер [Федоров А.В., Новикова А.А., 2002: 149-158; Федоров А.В., 2003].

О. Федоров провів опитування вчителів з метою з'ясувати популярність тих чи тих теорій медіаосвіти. За його даними, на першому місці опинилася теорія розвитку критичного мислення та автономності особистості відносно медіатекстів (63,16 %); на другому – естетична (57,89 %); на третьому – ідеологічна (50,88 %); четвертому – культурологічна (43,86 %); на п'ятому – практична (43,86 %); шостому – семіотична (36,84 %); сьомому – захисна, протекціоністська (35,09 %); на восьмому – розвитку демократичного мислення (35,09 %); дев'ятому – задоволення потреб аудиторії (33,33 %) [Федоров А.В., 2004]. Як бачимо, російські вчителі надають явну перевагу питанням формування критичного погляду на матеріали медіа та виховання особистості, яка розуміє свою автономність від медіа.

Треба відзначити, що сама собою спроба узагальнити та систематизувати теоретичні напрацювання вчених різних країн, без сумніву, позитивна. Але в цьому випадку досліднику явно бракувало знань з основних теорій масової комунікації. Поза увагою залишилися, наприклад, більш пізні та більш пристосовані до сьогодення теорії лідерів думок,

гейткіперів, спіралі мовчання, пізнання, навчання та багато інших. Саме вони показують механізми дії медіа та досягнення ними ефектів. Розуміння таких механізмів, на наш погляд, є обов'язковою частиною медіаосвіти.

Кілька потужних центрів медіаосвіти існують у Російській Федерації. Згідно з поглядами російських колег, медіаосвіта – це напрям у педагогіці, який вивчає «закономірності масової комунікації (преси, телебачення, радіо, кіно, відео тощо). Основні завдання медіаосвіти: підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опановувати способи спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів» [Российская педагогическая энциклопедия, 1993: 555; за Федоров А.В., 2004 та Федоров А.В., 2010].

Майже дослівно повторює це визначення «Психолого-педагогічний словник» [Психолого-педагогический словарь, 1998: 241; за Федоров А.В., Новикова А.А., 2002: 149-158].

Один із засновників російської медіаосвіти Ю. М. Усов вважав, що це процес розвитку особистості засобами і на матеріалі мас-медіа [Усов Ю.Н., 1995: 16; за Федоров А. Терминология...]. Інший теоретик А. В. Шариков розуміє під медіаосвітою освіту в області масової комунікації, розуміння «таємниць та закономірностей цього надзвичайно важливого феномена» [Шариков А.В., 1990: 4; за Федоров А. Терминология...]. С.М. Пензін додає, що медіаосвіта не може обмежуватися навчанням аудиторії грамотності, на його думку, необхідний «синтез естетичного та етичного» [Пензин С.Н., 1987: 45; за Федоров А. Терминология...]. Як бачимо, більшість дослідників дотримується думки, що медіаосвіта має бути навчанням критичного сприйняття текстів, аніж здобуттям навичок інструментально-го використання медіа при вивченні інших наук.

За О. Федоровим, медіаосвіта – це процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі мас-медіа з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, вмінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різним формам самовираження за допомогою медіа техніки. Тобто людина повинна мати можливість та вміння активно використовувати інформаційне поле преси, радіо, телебачення, кінематографа, Інтернету. У зміст медіаосвіти він включає основи мистецтвознавства у медіасфері (види і жанри медіа, функції медіа в соціумі, мову медіа, історію медіа культури тощо), відомості про основні області застосування теоретичних знань (професійні мас-медіа, аматорська медіасфера, канали розповсюдження медіа тощо), практичні, творчі завдання на медіаматеріалі. Основним завданням медіаосвіти ставиться навчання того, як грамотно читати медіатекст; розвиток здатності самостійно сприймати та оцінювати інформацію,

розвиток самостійності суджень, критичного мислення, естетичного смаку; вміння інтегрувати знання та навички, отримані при навчанні, в процесі сприйняття, аналізу та творчої діяльності та ін. Виділяються типові методи медіаосвіти: вербальні (розповідь, лекція, бесіда, діалог, обговорення, аналіз, дискусія тощо), наочні (перегляд аудіовізуального матеріалу), репродуктивні, дослідницькі, евристичні, проблемні, ігрові (моделювання художньо-творчої діяльності творців медіатекстів, імпровізація тощо). Також виділяються моделі медіаосвіти: освітньо-інформаційні (вивчення теорії та історії, мови медіакультури тощо), виховно-етичні (розгляд моральних, релігійних, філософських проблем на матеріалі медіа тощо), практико-утилітарні (практичне вивчення та застосування медіатехніки), естетичні (виховання художнього смаку на кращих зразках медіакультури), соціокультурні (розвиток творчої особистості в плані сприйняття, уяви, зорової пам'яті, інтерпретації, аналізу, критичного мислення стосовно медіатекстів будь-яких видів і жанрів тощо). Також виділені функції медіаосвіти: інформаційно-комунікаційна, просвітницька, пізнавальна, корекційна, соціальна, психологічна, культурологічна, естетична, етична, практико-орієнтована та ін. [Федоров А.В., 2001: 8; Федоров А.В., 2004; Федоров А.В., 2010].

О. Федоров вважав, що у медіаосвіті можна виділити такі основні напрями: 1) медіаосвіту майбутніх професіоналів – журналістів (преса, радіо, телебачення, Інтернет), кінематографістів, редакторів, продюсерів тощо; 2) медіаосвіту майбутніх педагогів в університетах, підвищення кваліфікації викладачів; 3) медіаосвіту як частину загальної освіти школярів та студентів, яка може бути інтегрована з традиційними дисциплінами, або викладатися автономно; 4) медіаосвіту у закладах додаткової освіти або рекреаційних центрах; 5) дистанційну медіаосвіту школярів, студентів та дорослих за допомогою радіо, телебачення, Інтернету; 6) самостійну, безперервну медіаосвіту, що здійснюється протягом всього життя людини [Федоров А.В., 2003].

Серед основних умов розвитку процесу медіаосвіти О. Федоров виділяв: загальну орієнтацію на розвиток особистості (включаючи формування естетичної свідомості, художнього сприйняття, смаку тощо; розвиток критичного мислення, творчих потенцій індивідуальності у руслі гуманізму); урахування психологічних особливостей, реальних інтересів молодіжної та дитячої аудиторії; розробку критеріїв розвитку медіасприйняття та здатності до критичного, творчого ставлення до медіа; удосконалення моделей, програм, методик, форм проведення занять з школярами та студентами на матеріалі медіа; модернізація матеріально-методичної бази освіти; включення до вишівських та шкільних програм курсів, що пов'язані з медіаосвітою. Сама ж система медіаосвіти включає: цільові установки на розвиток

особистості; компонентність (складові системи: педагоги, учні, засоби навчання та виховання, педагогічну модель, формування цілісного сприйняття та аналізу медіатекстів, індивідуального творчого і критичного мислення, знайомство з основними етапами історії медіакультури); структурність (взаємозв'язок компонентів системи, логічна обґрунтованість етапів моделі, доміанти інтелектуального над емоційним); функціональність (змістова частина, проблемна, евристична, ігрова методика проведення занять); комунікаційність (співвідношення моделі, програми, методики з сучасною соціокультурною ситуацією); практична реалізація і результативність. Також виділені підходи до медіаосвіти: інтегрований підхід (через традиційні предмети літератури, зображального мистецтва, історії, музики тощо); факультативний підхід (створення мережі гуртків, клубів, секцій тощо); спеціальний підхід (створення спеціальних курсів та спецкурсів) [Федоров А.В., Новикова А.А., 2002: 149-158].

Інша російська дослідниця І.В. Жилавська розглядала медіаосвіту як набір засобів та методів навчання молоді самостійному сприйняттю продуктів медійного виробництва. Наводиться погляд А.П. Короченського, який підкреслював: «у наші дні дедалі більше розповсюдження отримує широке розуміння медіаосвіти як розгорнутої, довгострокової суспільно-просвітницької діяльності. Його симпатиками розуміють під медіаосвітою перш за все неперервний розвиток в суспільстві культури адекватного раціонально-критичного сприйняття змісту медійних текстів та самостійної оцінки діяльності мас-медіа – інформаційної культури, заснованої на демократичних та гуманістичних ідеалах та цінностях, на повазі до принципу культурного розмаїття [Короченский А.П., 2003: 187–188; за Жилавская И.В., 2009: 9]. Як одна з умов розвитку ідеї медіаосвіти розглядається трансформація ролі індивіда від об'єкта впливу до активного учасника суспільних процесів, розвиток суспільного діалогу, інститутів громадянського суспільства. Соціальними передумовами розвитку системи медіаосвіти називаються здатність і готовність різних соціальних груп та окремих індивідів до сприйняття глобальних проблем через мас-медіа. Йдеться про створення інформаційного середовища, в якому забезпечений загальний доступ до інформації (офіційної, правової, муніципальної, екологічної, ділової, споживацької, інформації для дітей та юнацтва), що є суспільним надбанням. У цих умовах здійснюється розвиток інформаційної інфраструктури в інтересах освіти, науки, культури та комунікацій, а також співробітництво держави, бізнесу та неурядових організацій для досягнення громадської згоди та реалізації принципу соціального договору. Медіаосвіта також вже сьогодні може стати одним із потужних інструментів профілактики асоціальної поведінки молоді, запобігання розповсюдженню шкідливих впливів у молодіжному середовищі. Дослідниця медіаосвіти І.А. Фатеева вважає,

що цей термін означає «всі цілеспрямовані та систематичні дії, що призначені для задоволення освітніх потреб, які породжуються фактом існування мас-медіа [Фатеева І.А., 2007: 270; Жилавская І.В., 2009: 83]. А Я. М. Засурський та О. Л. Вартанова виробили формулу: медіаосвіта = захист від мас-медіа + підготовка до аналізу мас-медіа + розуміння сутності та функцій мас-медіа + усвідомлена участь у медіакультурі. Сама І. Жилавська вважає, що медіаосвіта – це сукупність системних дій суб'єктів медіаосвітньої діяльності, спрямованих на формування особистості, яка має культуру спілкування з мас-медіа, ґрунтуючись на гуманістичних ідеалах та цінностях. А в широкому сенсі медіаосвіта – це освіта у сфері медіа. Під медіаосвітньою діяльністю мається на увазі цілеспрямовані дії журналістів, медіа менеджерів, педагогів, інших членів соціуму, які забезпечують реалізацію завдань медіаосвіти. Завдання медіаосвіти полягають у тому, щоб навчити молоду людину грамотно «читати» медіатекст; розвинути здібності до сприйняття та аргументованої оцінки медіаінформації, самостійності суджень, критичного мислення, прищепити естетичний смак; допомогти інтегрувати знання та вміння, отриманні на різних заняттях, при сприйнятті, аналізі інформації, творчій діяльності; виявити і сформувати через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність. До загальних завдань медіаосвіти додаються завдання, що стоять перед самими медіа, із залучення аудиторії, підвищення її медіаграмотності та створення сприятливого медіасередовища. Взагалі, медіаосвіта у ціннісній системі координат представляється як інститут громадянського виховання. Її предметом є взаємодія людини з медіа, система знань та вмінь, необхідних людині для повноцінного сприйняття та аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості. Виділяється також поняття медіаграмотності, під яким І. Жилавська розуміє вміння аналізувати та синтезувати медійну реальність, вміння «читати» медіатекст, здатність використовувати медійну техніку, знання основ медіакультури, тобто результат медіаосвіти [Жилавская І.В., 2009: 9, 81-87]. Як бачимо, з останнього визначення випало головне: критичне сприйняття інформації, здатність протистояти маніпуляційним впливам.

Визначену увагу дефініції та проблемам медіаосвіти приділяли й українські вчені. А. Литвин вважає, що медіаосвіта – це навчання на матеріалі та за допомогою ЗМІ, кінцева мета якого – медіаграмотність, здатність до критичного сприйняття медіаповідомлень. При цьому він ґрунтується на думці С. У. Гончаренко: «Основним завданням медіаосвіти є підготовка нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприймання й розуміння різної інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку тощо» [Гончаренко С., 1997: 203; Литвин А. Завдання...]. Хоча і висловлює спірне судження стосовно того, що у порівнянні з традиційним навчанням,

медіаосвіта більше спрямована не на логічну, а на чуттєву сторону пізнання. Наводиться також визначення з сучасної «Енциклопедії освіти», де медіаосвіта – це «технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, розповсюдження, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (автором медіатексту) і об'єктом (масовою аудиторією), а саме: друк, фотографія, радіо, кінематограф, телебачення, відео, мультимедійні комп'ютерні системи, включаючи Інтернет» [Задорожна І Т., Кузнецова Т. В., 2008: 481; за Литвин А. Завдання...]. Звичайно, таке формулювання абсолютно неправильне. Автори плутають медіаосвіту та власне мас-медіа. На думку ж самого А. Литвина, завданням медіаосвіти є формування критично мислячої, соціально активної комунікативної особистості, яка вільно й осмислено орієнтується в медіапросторі. А. Хуторський вважає, що найважливішими аспектами медіаосвіти є: пошук потрібної інформації в різних джерелах; встановлення зв'язків між різними інформаційними джерелами; виділення головного в інформаційному повідомленні; добування з інформації необхідних даних, їх систематизація; розуміння спрямованості інформаційного потоку, мети комунікації; виявлення помилок, які спотворюють одержану інформацію; сприйняття і розуміння різних точок зору на одне повідомлення; створення власних аргументованих висловлювань відносно повідомлення; складання рецензій на інформаційні повідомлення; перетворення одного виду інформації на інший (вербальну на візуальну); перетворення інформації, виходячи з особливостей аудиторії; визначення форми викладу інформації, адекватної її змісту; оволодіння найпростішим інструментарієм роботи з інформацією [Хуторской А. Современная дидактика. – СПб.: Питер, 2001. – 536 с.; за Литвин А. Завдання медіаосвіти в контексті підвищення якості професійної підготовки]. А. Литвин вважає, що на початку ХХІ ст. зміст і мета медіаосвіти дещо трансформувалися. Виникнення нових медіа призводить до того, що медіаосвіта сприяє переходу до елементів загальної теорії комунікацій: таке навчання дозволяє оволодівати цілісною картиною засобів створення, принципів роботи і впливу сучасних медіа на становлення особистості. До числа базових цілей медіаосвіти входять: розвиток комунікативних здібностей учнів; формування критичного мислення; навчання сприйманню інформації, перекодуванню візуального образу у вербальну знакову систему; оцінювання якості інформації, вироблення вмінь вибирати при «споживанні» інформації з мас-медіа; підвищення загальнокультурного рівня особистості [Тверезовська Н. Т., 2002; за Литвин А. Завдання...]. А. Литвин пропонує таку послідовність етапів медіаосвіти: оволодіння технічними засобами нових медіа; навчання сприймати інформації з екрану; навчання оцінювати якість інформації; формування критичного мислення учня; навчання емоційного сприйняття творів сучасної медіакультури; розкриття технології створення

й інтерпретації інформації; творчість за допомогою засобів нових медіа. Він вважає, що у навчальних закладах України у процесі інформаційної підготовки майбутніх фахівців необхідно сформулювати такі вміння: орієнтуватися в сучасному медіапросторі, розуміти основні принципи функціонування різних видів засобів масової інформації; розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати й оцінювати медіаповідомлення; розшифровувати та використовувати закодовану в медіаповідомленнях інформацію; знати правила культури спілкування в інформаційному суспільстві та методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації; розрізняти та застосовувати методи організації професійної діяльності з використанням технології мультимедіа; збирати, обробляти, зберігати та передавати інформацію з урахуванням пріоритетів професійної діяльності; самостійно створювати медіаповідомлення в галузі професійної діяльності. Оскільки сучасна медіаосвіта тісно пов'язана з інформатизацією навчального процесу, безумовно, методологічні та методичні проблеми їх упровадження мають вирішуватися комплексно. При всіх перевагах інформаційно-комунікаційних технологій існує небезпека виникнення “псевдоінформаційної” технології навчання, коли робота з мультимедіа в межах різних дисциплін стає самоціллю, а не засобом досягнення навчальної мети. Проте, як стверджує І. А. Зязюн, навіть з урахуванням негативних тенденцій у застосуванні сучасних комп'ютерних технологій чітко простежується їхня антропоцентрична природа [Зязюн І. А., 2009: 11; за Литвин А. Завдання...].

Треба відзначити, що 20 травня 2010 року постановою Президії Національної академії педагогічних наук України була схвалена Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Згідно з цією Концепцією медіаосвітою вважається частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефектної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. А медіаграмотність – це рівень медіакультури, який стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують. Метою медіаосвіти є формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо). Її головними завданнями є сприяння формуванню: ме-

діаімунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів; рефлексії та критичного мислення як психологічних механізмів медіаграмотності, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції на основі ефективного орієнтування в медіапросторі та осмислення власних медіапотреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту і форми інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа; здатності до медіаторчості для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань, покращення якості міжособової комунікації та приязності соціального середовища, мережі стосунків і якості життя в значущих для особистості спільнотах; спеціалізованих аспектів медіакультури: візуальної медіакультури (сприймання кіно, телебачення), музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, та сучасних напрямів медіаарту тощо. На думку фахівців АПН України, пріоритетними напрямками розвитку в Україні ефективної системи медіаосвіти є: створення системи шкільної медіаосвіти, що передбачає розроблення психологічно обґрунтованих навчальних програм інтегрованої освіти для молодших класів загальноосвітніх шкіл, сприяння поширенню практики інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів, напрацювання низки факультативних медіаосвітніх програм для підлітків, упровадження курсу медіакультури з урахуванням профільного навчання, активізація гурткової роботи, фото-, відео-, анімаційних студій, інших позакласних форм учнівської творчості медіаосвітнього спрямування; розроблення стандартів фахової підготовки медіапедагогів і медіапсихологів для системи освіти, спеціалізованих навчальних курсів для підготовки і перепідготовки фахівців медіаосвітнього профілю на базі вищої педагогічної та психологічної освіти; активізація співпраці вищих навчальних закладів, які готують фахівців для медіавиробництва і сфери мистецтва, з Національною академією наук України, Національною академією педагогічних наук України та Національною академією мистецтв України, з метою проведення міждисциплінарних досліджень з проблем медіаосвіти, налагодження обміну досвідом і кадрового забезпечення викладання спеціальних дисциплін для медіапедагогів; організація за участю громадських об'єднань і медіавиробників різних форм позашкільної освіти, включаючи форми для дітей дошкільного віку, батьківської педагогіки, творчих студій для дітей і молоді, дитячі та молодіжні фестивалі, конкурси, проекти місцевого і всеукраїнського рівня для сприяння розвитку медіакультури і підтримки сис-

теми медіаосвіти; налагодження повноцінного суспільного діалогу з метою оптимізації медіаосвітньої діяльності самих медіа, підвищення психологічної та педагогічної компетентності працівників молодіжних редакцій різних медіа, поліпшення якості дитячих і молодіжних програм.

В цілому, слід зауважити, що розуміння медіаосвіти зарубіжними та вітчизняними педагогами суттєво відрізняється. Якщо на Заході наголос робиться на формуванні автономної від медіа особистості, то в Україні – на опануванні медіаобладнанням та використанні можливостей медіа в навчальному процесі.

Ряд учених виділяють суміжні до медіаосвіти поняття. Так, О. Федоров виділяє дефініції медіадидактики, яка, на його думку, є теорією медійного навчання, включаючи цілі, зміст, організаційні форми, способи і засоби, що допомагають розвитку медіаграмотності та медіакомпетентності. Медіакомпетентністю у свою чергу є сукупність мотивів особистості, її знань, умінь, здатностей, що сприяють вибору, використанню, критичному аналізу, оцінці, створенню і передачі медіатекстів у різних видах, формах і жанрах, аналізу складних процесів функціонування медіа у соціумі. Виділяється ще термін медіапедагогіки, під яким розуміється спеціальна галузь педагогіки, тобто наука про медіаосвіту і медіаграмотність. Вона розкриває закономірності розвитку особистості у процесі медіаосвіти [Федоров А.В., 2010].

Цікаво порівняти цю думку з поглядами українських вчених. На думку В. Робака медіапедагогіка – це сукупність усіх педагогічних концепцій, теорій, технологій і методик, які базуються на комплексному застосуванні медіа (включно з емпіричним досвідом, теоретичними положеннями та нормативними актами) [Робак В., 2002: 71; за Литвин А. Завдання...]. Він вважає, що є три основні рівні взаємодії мультимедіа та педагогіки: 1. Медіа як засоби набуття знань, умінь і навичок в освітньому процесі. Наприклад, під час уроку демонструються слайди, фільми, або використовуються аудіозаписи (це планується заздалегідь); під час навчального заняття студенти використовують комп'ютерну техніку для пошуку інформації; у системі дистанційної освіти слухачі засвоюють навчальний матеріал за допомогою комп'ютерів і мережевих технологій; 2. Медіа як предмет у виховному процесі. Наприклад, із метою формування світогляду, виховання в учнів певних моральних рис та якостей, під час навчальних занять використовують фрагменти з різних фільмів; 3. Вплив мультимедіа на учнів у позаурочний час із метою організації змістовного дозвілля (вивчення періодики, перегляд фільмів тощо). Цей процес, зрозуміло, менш контрольований. На думку А. Литвина, медіадидактика – це частина медіапедагогіки, яка займається питаннями застосування медіа в навчальному процесі, передусім розробленням інформаційно-освітніх технологій, особливос-

тями організації дистанційного навчання, розробкою й апробацією нових дидактичних мультимедіа (електронних навчальних програм, посібників, підручників тощо). Медіавиховання – розділ медіапедагогіки, покликаний формувати світогляд, інтереси, потреби, ідеали, мотиви, ціннісні орієнтації, свідомість, переконання, судження, а також конкретні риси характеру, якості особистості, моделі поведінки та розвивати культуру людини засобами масової комунікації. Центральним поняттям медіаосвіти називається медіакомпетентність, яка характеризується такими критеріями: розуміння видів впливу медіа на людину і суспільство, вміння уникати маніпуляцій; уміння здійснювати правильний вибір медіа; вміння користуватися різними медіатехнологіями, вести пошук необхідної інформації; уміння самому створювати медіапродукти [Робак В., 2002: 86; за Литвин А. Завдання...]. Як бачимо, ці визначення свідчать про ухил української педагогічної науки у бік використання медіа, тоді як у демократичних країнах наголос робиться на розвиток критичного мислення.

О. Федоров справедливо вважав, що відбувається змішування та підміна понять «медіаосвіта» та «медіаграмотність». Він провів опитування 26 медіапедагогів з 10 країн світу. Виявилось, зокрема, що 96,15 % опитаних вважають правильним визначення медіаосвіти, запропоноване ЮНЕСКО (воно у нас наведене вище).

Щодо медіаграмотності, то було запропоновано три варіанти відповідей. Перша: «Медіаграмотність виступає за те, щоб людина була активною та медіаграмотною, мала розвинену здатність до сприйняття, створення, аналізу, оцінки медіатекстів, до розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа у сучасному світі, кодових та репрезентативних систем, що використовують медіа; життя такої людини у суспільстві та світі пов'язане з громадянською відповідальністю» [International..., 2001: 9494] отримала 57,69 % голосів. Друга: медіаграмотність – це рух, який має допомогти людям розуміти, створювати і оцінювати культурну значущість аудіовізуальних та друкованих текстів. Медіаграмотний індивідум, яким повинна мати можливість стати кожна людина, здатен аналізувати, оцінювати і створювати друковані та електронні медіатексти [Aufderheide P., Firestone C., 1993: 1.] – 61,54% голосів. Третя: медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати і передавати повідомлення у різних формах [Kubey R., 1997: 2] – 46,15 % голосів. Як бачимо, явного лідера немає, голоси розподілилися приблизно порівну. Було з'ясовано, що медіаосвіта включає: використання медіа на інтегрованій, міжпредметній основі навчального плану; розгляд «медіатеми» у рамках конкретного навчального предмету; розвиток критичного розуміння ме-

діа через аналітичну та практичну роботу; вивчення форм, умовностей та технологій; вивчення медіаагентств, їхніх соціальних, політичних і культурних ролей; досвід роботи студента з медіа, співвіднесення його з проблемами власного життя; дослідницька діяльність; запозичення з аудіовізуальної грамотності, вплив англійської мови та американського мистецтва. Медіаграмотність засновується на: розумінні впливу медіа на особистість і суспільство; розумінні процесу масової комунікації; здатності аналізувати та обговорювати медіатексти; розумінні контексту медіа; здатності до створення та аналізу медіатекстів; традиційних та нетрадиційних навичках грамотності; задоволенні, розумінні та оцінці змісту медіатекстів. Експерти виділили такі цілі медіаосвіти та медіаграмотності (в порядку зменшення): розвивати здатність до критичного мислення та критичної автономії особистості; розвивати здатність до сприйняття, оцінки, розуміння, аналізу медіатекстів; готувати людей до життя в демократичному суспільстві; розвивати знання соціальних, культурних, політичних та економічних смислів та підтекстів медіатекстів; навчати декодуванню повідомлень; розвивати комунікативні здатності особистості; розвивати здатність до естетичного сприйняття, оцінки, розуміння медіатекстів, до оцінки естетичних якостей медіатекстів; навчати людину самовиражатися за допомогою медіа; навчати людину ідентифікувати, інтерпретувати медіатексти, експериментувати з різними способами технічного використання медіа, створювати медіа-продукти; давати знання з теорії медіа та медіакультури; давати знання з історії медіа та медіакультури [Федоров А.В., 2004]. Чітко простежується, що більшість дослідників дотримується парадигми навчання людини критичному мисленню та автономії від медіа.

Взагалі, вважається що термін «медіаграмотність» був утворений від термінів «критичне бачення» та «візуальна грамотність». Також використовуються такі терміни, як «технологічна грамотність», «інформаційна грамотність», «комп'ютерна грамотність» тощо. Д. Консайдін говорить про те, що у США терміни «медіаграмотність» та «медіаосвіта» використовуються паралельно, причому перший більш відомий широкій публіці. Під терміном же «медіаосвіта» часто розуміють набуття учнями знань про медіа [Considine D., 1999: 125; за Федоров А. Терминологія...]. Але значна частина вчених дотримується думки, що медіаграмотність – це частина медіаосвіти. К. Ворсноп вважає, що медіаграмотність – це результат медіаосвіти, вивчення медіа. Чим більше ви вивчаєте медіа (за допомогою медіа), тим більш ви медіаграмотні, тобто медіаграмотність – це здатність експериментування, інтерпретації/аналізу та створення медіатекстів [Worsnop C., 1994: X; за Носова С.С.]. Інші вчені вважають, що медіаграмотність ви-

ступає за те, щоб людина була активною та грамотною, яка має розвинуту здатність до сприйняття, створення, аналізу, оцінки медіатекстів, до розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа у сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем, які використовуються медіа; життя такої людини у суспільстві та світі пов'язане з громадянською відповідальністю [International..., 2001: 949; за Носова С.С. та Федоров А.В., 2010]. Р. Кьюбі вважає, що медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати повідомлення у різних формах [Kubey R., 1997: 2; за Носова С.С. та Федоров А.В., 2010]. Тобто фактично всі вчені сходяться на тому, що медіаграмотність – це набуті під час навчання навички аналізу та оцінки медіа.

О. Федоров вважав, що медіаграмотність допомагає учням та студентам спілкуватися з медіа під критичним кутом зору, з розумінням значущості медіа в їхньому житті. Медіаграмотний учень чи студент має бути здатний критично та усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію відносно популярної культури та чинити супротив маніпуляціям. Навчання медіаграмотності має надати студентам і учням можливості: розвивати здатність, знання та відносини, що необхідні для аналізу способів, за допомогою яких медіа активно конструюють реальність; отримувати знання соціального, культурного, політичного та економічного значення цих конструкцій та цінностей, які вони розповсюджують; розвивати рівень оцінки та естетичного сприйняття медіатекстів; декодувати медіатексти, щоб розпізнати та оцінити культурні цінності, практичну значущість, ідеї, що містяться в них; розпізнавати, аналізувати та застосовувати різноманіття технічних засобів для використання та створення медіатекстів; усвідомлювати, що ті, хто створюють (конструюють) медіатексти, роблять це, виходячи з багатьох мотивів (контроль, тиск тощо) – економічних, політичних, культурних, організаційних, технічних, соціальних; розуміти, що кожна людина залучена до селективного та аналітичного процесу дослідження медіатекстів. Цей процес та пов'язані з ним смисли та значення залежать від психологічних, соціальних та природних факторів [Duncan B. (Ed.), 1989: 7; за Федоров А.В., 2003]. П. Ауфдерхайд та К. Файрстоун визначали медіаграмотність, як рух, який має допомогти людям розуміти, створювати та оцінювати культурну значущість аудіовізуальних та друкованих текстів [Aufderheide P., Firestone C., 1993: 1; Dorf A., 2001: 9494; за Федоров А.В., 2003].

Російська дослідниця С.С. Носова вважає, що необхідність медіаграмотності обумовлена невідповідністю споживацьких цінностей, що транслюються популярною культурою, традиційним людським цінностям, які

поступово втрачають значущість для сучасних старшокласників та студентів. Молодь має розуміти, яким чином медіа, що зацікавлені у просуванні визначених товарів та ідей, можуть маніпулювати фактами. Важливим завданням є формування критичного ставлення до мас-медіа, руйнація уявлень про популярну культуру як про виключно розважальну [Grigoryan A., King J.M., 2008: 2; за Носова С.С.].

За Дж. Брауном поняття медіаграмотності має різні визначення для осіб різних професій. Традиційно медіаграмотність давала людині можливість аналізувати та оцінювати літературні твори і створювати якісні тексти. Але у другій половині ХХ ст. вона трансформувалась у здатність компетентно аналізувати, вміло оцінювати та використовувати друковані форми комунікації, кіно, радіо- та телепрограми, а також Інтернет [Brown J., 1998: 44; за Носова С.С.].

Канадський вчений Дж. Пандженте вивів вісім ключових принципів медіаграмотності, які дають змогу краще вивчати медіапродукти [Pungente J., 1989. <http://209.85.129.132/search?q>; за Носова С.С.]. 1. Будь-який медіа-продукт – це сконструйована реальність. Він відображає не реальний світ, а деякі суб'єктивні, ретельно дібрані уявлення про нього. Медіаграмотність допомагає руйнувати такі штучно створені конструкції та розуміти принципи їх створення. 2. Медіа конструюють реальність. Саме медіа формують більше уявлень про навколишнє середовище та особисте ставлення до того, що відбувається. Ставлення до об'єктів реального світу формується на основі медіаповідомлень, які, в свою чергу, сконструйовані фахівцями, що мають визначені комунікативні цілі. Медіа певною мірою формують наше почуття реальності. 3. Отримувачі медіаповідомлення інтерпретують його смисл. Медіа забезпечують свою аудиторію інформацією, на основі якої формується уявлення про реальність. Отримувачі повідомлення інтерпретують та надають смисл, ґрунтуючись на власному досвіді та таких індивідуальних характеристиках, як особисті запити та очікування, актуальні проблеми, сформовані національні та гендерні уявлення, соціальний та культурний досвід тощо. 4. Медіа мають комерційну підтримку. Медіаграмотність дає уявлення про те, що підтримує будь-яке медіа з комерційної точки зору і як комерційний підтекст впливає на зміст медіапродукту, його якість. Створення медіапродукту – це перш за все бізнес, який має приносити прибуток. За усяким медіабізнесом стоять конкретні люди зі своїми інтересами, саме ці інтереси визначають зміст того, що дивиться, читає, слухає отримувач медіаповідомлення. 5. Будь-яке медіаповідомлення транслює ідеологію та інформацію про визначені цінності. Будь-який медійний продукт – це певним чином реклама способу життя та тих чи

інших цінностей. Явно чи опосередковано медіа створюють в очах аудиторії уявлення про «гарне», «красиве» життя; формують споживацькі смаки та дають уявлення про загальну ідеологічну позицію. 6. Медіа виконують соціальні та політичні функції. Медіа впливають на політичну ситуацію та провокують соціальні зміни. Телебачення впливає на результати виборів. Електорат обґрунтовує свої рішення на уявленнях про кандидатів, тобто на сформованому іміджі. Медіа примушують нас задумуватися про події, які відбуваються в інших країнах. 7. Зміст повідомлення залежить від форми медіа. Різні медіа передають повідомлення про одну подію, роблячи наголос на різні його аспекти. Таким чином, аудиторія має змогу ознайомитися з різними точками зору та сформуванню власну позицію. Кожен медіаресурс має власну унікальну естетичну форму. Кожен медіапродукт має бути представлений аудиторії в естетичній формі, що дає можливість деякою мірою отримувати задоволення від форми та змісту. Цікаві пропозиції канадського дослідника трохи нівелюються неправильними уявленнями про силу впливу медіа.

Роблячи висновки, треба відзначити, що у документах міжнародних організацій, медіаосвіта розглядається як навчання навичкам опанування медіа. Фахівці ЮНЕСКО вважають, що медіаосвіта як частина прав на самовираження та інформацію належить до основних прав та свобод людини. Також сталою є думка, що медіаосвіта має тривати все життя людини.

Важливу роль відіграє розуміння медіа як автономного утворення, відносно якого людина має відігравати активну та самостійну роль, не тільки не ідентифікуючи себе з медіа, а й займаючи до них постійну критичну позицію.

Частина західних вчених вважає, що для ефективної медіаосвіти необхідна участь учнів у створенні медіапродукції. Мабуть, вважається, що таким чином учні навчаються сприймати журналістику як практичне заняття, а не сакральну галузь, і будуть більш критично сприймати результати праці журналістів.

Вчені вважають, що медіаосвіта корінним чином відрізняється не тільки від навчання за допомогою медіа, а й від вивчення самих медіа. Метою медіаосвіти визнається досягнення медіаграмотності.

Важливість медіаосвіти в сучасному світі обумовлена тим, що масмедіа в умовах глобалізації та інформаційного суспільства часто вирішально впливають на те, яким ми сприймаємо навколишній світ. Але часто медіа безвідповідально ставляться до своєї функції чесно та правдиво інформувати про події та факти дійсності. Тобто віртуальна картинка світу часто

сильно відрізняється від картинки реальної. Медіаосвіта дає людині можливість самозахисту, вчить критично сприймати медійні повідомлення.

Огляд теорій медіаосвіти засвідчив, що вони мають фрагментарний характер та не спираються на цілісне узагальнення сучасного досвіду вивчення механізмів дії мас-медіа та досягнення ними ефектів, тобто впливу на аудиторії. Між тим розуміння закономірностей функціонування мас-медіа, ланок, де виникають шуми, тобто викривлення інформації, є, на наш погляд, обов'язковою складовою вдалої медіаосвіти.

В Україні є певні теоретичні розробки та напрацювання у галузі медіаосвіти. Але необхідно зауважити, що, по-перше, в західних країнах давно вже є стала практика медіаосвіти, на яку можна і треба орієнтуватися, по-друге, теоретичні розробки українських вчених спрямовані не на формування критичного мислення та автономної від медіа особистості (як в багатьох західних країнах), а на опанування медіаобладнанням та використання можливостей медіа в навчальному процесі.

Більшість учених вважають, що медіаграмотність – це результат медіаосвіти, коли людина набуває навички з аналізу та оцінки медіаматеріалів.

Треба відзначити, що більшість фахівців з медіаосвіти перебувають у полоні застарілих уявлень про силу впливу медіа. Але навіть враховуючи цю похибку висновки західних вчених про шляхи впровадження медіаосвіти та досягнення медіаграмотності як її результату, критичного погляду на мас-медіа мають велике значення для розвитку української медіаосвіти.

Література

- Гончаренко С. Український педагогічний словник. – К.: Либідь, 1997. – 376 с.
- Гуріненко І. Ю. Медіаосвіта як засіб професійної підготовки фахівця цивільного захисту / І. Ю. Гуріненко // Інформаційні та телекомунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи : зб. наук. праць. – частина 1. / за ред. М. М. Козяра та Н. Г. Ничкало. – Львів : ЛДУ БЖД, 2009. – С. 181-184.
- Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. – 322 с.
- Задорожна І Т., Кузнецова Т. В. Медіаосвіта // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України / Гол. ред. В. Г. Кремень. – К.: Юрінком Інтер, 2008.
- Зязюн І. А. Антропологічний вимір комп'ютерних технологій // Інформаційно-телекомунікаційні технології в сучасній освіті : до-

- свід, проблеми. перспективи : збірник наукових праць. – Частина 1 / за ред. М. М. Козяра та Н. Г. Ничкало. – Львів : ЛДУ БЖД, 2009. – С. 6-13.
- Короченский А.П. Пятая власть? Медиакритика в теории и практике журналистики. – Ростов: Изд-во Ростов. гос. ун-та, 2003.
- Литвин А. Завдання медіаосвіти в контексті підвищення якості професійної підготовки
- Новикова А. А. Медиаобразование в англоязычных странах // Педагогика. – 2001. – № 5. – С. 87-91.
- Носова С.С. Медиа-грамотность и её формирование у будущих специалистов по рекламе в рамках курса “Профессиональный иностранный язык”
- Пензин С.Н. Кино и эстетическое воспитание: методологические проблемы. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1987. – 176 с.
- Психолого-педагогический словарь / Сост. В.А.Мижериков. Ред. П.И.Пидкасистый. – Ростов: Феникс, 1998.
- Робак В. Медіапедагогіка: аналіз інноваційного зарубіжного досвіду / Робак Володимир // Діалог культур : Україна у світовому контексті : Філософія освіти : зб. наук. праць / [ред. кол. І. А. Зязюн (голов. ред.)], С. О. Черепанова (упоряд. і відп. ред.), Н. Г. Ничкало, С. О. Сисоєва та ін. – Львів: Сполом, 2002. – Вип. 8. – С. 70-92.
- Российская педагогическая энциклопедия. – М., 1993.
- Тверезовська Н. Т. Теоретичні та методичні основи створення і використання навчальних експертних систем у підготовці фахівців вищих навчальних закладів : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04.– К., 2002. – 632 с.
- Усов Ю.Н. Медиаобразование в России (на материале экранных искусств). Доклад на российско-британском семинаре по медиаобразованию. – М., 1995. – 18 с.
- Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации: монография. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007.
- Федоров А.В. Медиаобразование в зарубежных странах. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. – 238 с.
- Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. — Ростов: ЦВВР, 2001. — 708 с.
- Федоров А.В., Новикова А.А. Основные теоретические концепции медиа образования // Вестник Российского государственного гуманитарного фонда. – 2002. – № 1. – С. 149-158.
- Федоров А.В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране. — Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. — 418 с.

- Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
- Федоров А. Терминология медиаобразования // *mediagram.ru*
- Хуторской А. Современная дидактика. – СПб.: Питер, 2001. – 536 с.
- Шарииков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. – М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. – 66 с.
- Aufderheide P., Firestone C. *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. – Queenstown, MD: The Aspen Institute, 1993.
- Bazalgette C., Bevort E., Savino J. (Eds.) *Media Education Worldwide: UNESCO*, 1992. – 256 p.
- Brown J. *Media Literacy Perspectives // Journal of Communication*. – Volume 48. – Issue 1. – 1998.
- Considine D. *Media Education in United States of America // Educating for Media and the Digital Age. Country Reports. Austrian Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO*, 1999. – P. 125-128.
- Dorr A. *Media Literacy // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes*. – Oxford, 2001.
- Duncan B. (Ed.). *Media Literacy. Resource Guide*. – Toronto. Ontario: Ministry of Education, 1989.
- Feilitzen C. von. *Media Education, Children's Participation and Democracy // Feilitzen C. von. and Carlsson U. (Eds.) Children and Media: Image, Education, Participation*. – Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 1999. – P. 24-26.
- Gerbner G. *Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S // The New Citizen*, 1995. – Vol. 2. – № 2.
- Gonnet J. *Education aux medias: Les controversies fecondes*. – Paris: CNDP, Hachette, 2001. – 144 p.
- Gonnet J. *Modes et permanences / Revue Educations*. – 1997. – N 14. – P. 10-15.
- Grigoryan A., King J.M. *Adbusting: Critical Media Literacy in a Multy-Skills Academic Writing Lesson // English Teaching Forum. The United States Department of State for teachers of English*. – Washington, 2008.
- Hart A. *Understanding the Media*. – London: Routledge, 1991.
- International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. – Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. – Oxford, 2001.

- Kubey R. Media Education: Portraits of an Evolving Field // Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. — New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997.
- Kubey R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. — New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.), 1997. — 484 p.
- Kubey, R. Obstacles to the Development of Media Education in the United States. Journal of Communication (Winter), 1998. — P. 58-69.
- McMahon B. Relevance and Rigour in Media Education. Keynote Presentation to the National Media Education Conference. — Baltimore, 2003.
- Masterman, L. A Rational for Media Education // Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. — New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997. — P. 15-68.
- Masterman L. Teaching the Media. — London. Comedia Press, 1988. — 341 p.
- Media Education. — Paris: UNESCO, 1984. — 211 p.
- Piette J. & Giroux L. The Theoretical Foundation of Media Education. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. — New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Transaction Publishers, 1997 P. 89-134.
- Pungente J. From Barry Duncan et al. Media Literacy Resource Guide, Ontario Ministry of Education. — Toronto, ON. Canada, 1989.
- Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO // Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, 1999, p.273-274. Reprint in: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, p. 152; по <http://edu.of.ru/medialibrary/>
- Worsnop C. Screening Images: Ideas for Media Education. — Mississauga, Ontario: Wright Communications, 1994.

Автор огляду

В. Іванов, докт. філол. наук, проф.

ЕКСПЕРТНО-АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЗАРУБІЖНИХ КОНЦЕПЦІЙ ТА МЕТОДИК ВИКЛАДАННЯ МЕДІАОСВІТИ

Розпочинаючи проект «Розробка та громадське обговорення Концепції сучасної медіаосвіти пілотної навчальної програми з підготовки медіапедагогів і медіапсихологів на базі вищих навчальних закладів та закладів системи післядипломної педагогічної освіти», експертна група Академії Української Преси насамперед детально вивчила досвід, підходи та методологію на прикладах країн, де вже впроваджена медіаосвіта. Пропонований вам огляд акумулює лише незначну частину матеріалів та документів, які експерти використали під час роботи над пілотною Навчальною програмою «Медіаосвіта» (медіаграмотність). За деякий час АУП планує видати повний варіант Експертно-аналітичного огляду, який, з нашої точки зору, має стати водночас і одним із перших українських методичних посібників із медіаосвіти.

Вступ

У 1960-х роках у провідних країнах-лідерах (Канада, Австралія, Франція, США та ін.) у педагогічній науці оформився специфічний напрямок «медіаосвіта», який був спрямований на те, щоб учні та студенти засвоїли мову засобів масової інформації, навчилися аналізувати медіатексти, а отже, на формування навичок з адаптації в світі медіакультури.

Впровадження медіаосвіти в подальшому розглядалось не лише як частина суто освітньої політики, а «як частина основних прав громадян на свободу висловлювання і права на інформацію, як один із вагомих інструментів підтримки демократії». З кінця 1990-х років медіаосвіта рекомендується до введення в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної та освіти впродовж життя (Рекомендації ЮНЕСКО/Освіта для медіа в цифрову еру. – Відень: ЮНЕСКО, 1999).

Низка міжнародних документів, а саме – Грюнвальдська декларація з медіаосвіти (1982), резолюція ЮНЕСКО (1989) щодо розвитку критичної медіаосвіти, Віденська конференція «Освіта для медіа та цифрового століття», Севільська конференція «Медіаосвіта молоді», Резолюція Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрових технологій, Комюніке Єврокомісії «Європейський підхід до медіаграмотності у світі цифрових технологій», а також низка інших документів, затверджених Євросоюзом та ООН, наголошують, що медіаграмотність є базовим елементом політики у сфері споживання аудіовізуальної інформації, основою обізнаності у питаннях інтелектуальних прав людини, необхідною умовою задля залучення громадян до участі у демократичному житті, дієвим фактором міжкультурного діалогу.

За останні десятиліття важливість медіаграмотності отримала широке визнання в світі, але прогрес варіюється залежно від країни або регіону і часом страждає від нестачі фінансування та визнання.

Так, Австралія, Нова Зеландія і Канада в цьому контексті є найбільш просунутими країнами, де медіаосвіта є частиною шкільних програм, окремим предметом або інтегровано в предмети, які передбачають вивчення рідної мови. У цих країнах існують також сталі партнерські відносини медіаіндустрії з регуляторною сферою; багато громадських асоціацій видають журнали та інформаційні бюлетені, підтримують веб-сайти.

У США, яка ще не ратифікувала Конвенцію ООН щодо захисту прав дітей, широке коло державних та неурядових організацій працюють в сфері медіаосвіти. У Латинській Америці найбільш цікава і продуктивна робота відбувається в контексті ініціатив місцевої молоді або обцинних проєктів.

У багатьох країнах, що розвиваються, зокрема африканських, уряди більше стурбовані розвитком звичайної основної грамотності і тільки починають виявляти занепокоєння щодо медіаграмотності.

У таких країнах, як Китай та Гонконг швидкий розвиток інформаційних технологій в освіті та масштабні вливання коштів у цю сферу створили потенціал для розвитку креативної роботи з медіа в шкільних закладах. У Сінгапурі, зокрема, значна увага приділяється просуванню та розробці заходів з інтернет-безпеки для молоді.

За кілька останніх років зросло зацікавлення питаннями медіаграмотності і з боку секторів освіти та державного управління, і з боку медіа та широкого загалу в Японії.

Чимало країн Європи також почали розвивати і підтримувати свої власні ініціативи з медіаграмотності у формальному та неформальному секторах освіти. В цілому ж у більшості держав-членів ЄС медіаграмотність викладається в рамках формальної системи як окремий предмет або

інтегровано в інші предмети. Наведемо лише кілька прикладів: у Ірландії в нові шкільні програми включено вивчення медіа для початкових школах; у Великобританії є обов'язковими «Основні правила», які включені в Національний навчальний план як частина вивчення предмету «Англійська мова»; у Швеції – це «Освіта через образи» і «Медіаграмотність», які є частиною навчальної програми початкової школи з 2000 року. У Великобританії існують п'ять університетів, що пропонують ступінь магістра в галузі медіа й освіти.

Ініціативи Європейської Комісії з медіаграмотності стали реакцією на запит Європейського Парламенту, представників індустрії та низки країн-членів ЄС. Наприкінці 2007 року Комісія прийняла Комюніке з медіаграмотності, яке стало ще однією складовою загальноєвропейської аудіовізуальної політики та кроком просуванням до виконання Директиви з Аудіовізуального медіасервісу. Стаття 33 цієї Директиви вводить зобов'язання щодо подання регулярних звітів до ЄК щодо рівня медіаграмотності у всіх державах-членах.

Європейська комісія приділяє значну увагу і спрямовує ресурси на розвиток проектів, які створюють мережі, що сприяють взаємовигідному обміну знаннями та досвідом у сфері медіаосвіти.

Джерело:

http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/studies/index_en.htm

О. Волошенко

ОГЛЯД СТАНОВЛЕННЯ МЕДІАОСВІТИ

Австрія

Медіаосвіта була офіційно інтегрована в обов'язкові дисципліни австрійських початкових та середніх шкіл у 1973 році. Вона стала частиною державної освітньо-культурної політики і отримує цілеспрямовану підтримку Міністерства освіти. У Міністерстві освіти Австрії діє спеціальний відділ, який опікується медіапедагогікою. Курси з медіакультури читають в університетах, молодіжних медіацентрах, де відбуваються заходи для різних типів аудиторії. Ці зусилля підтримуються значним числом публікацій, спеціальних журналів, науково-методичною діяльністю. Важливу роль в поширенні медіаосвіти в Австрії відіграє асоціація АФМК («Рух на підтримку медіакомпетентності»).

Новий освітній стандарт, який передбачає інтеграцію медіаосвіти в шкільні дисципліни для учнів з 6 до 19 років розпочав діяти в Австрії з 1994 року. Медіапедагоги проводять практичні заняття на матеріалі медіатекстів, намагаючись розвивати критичне мислення у школярів. Медіаосвітні заняття охоплюють основи візуальної грамотності, медіастереотипізації, мови медіа, формують навички з побутування медіа в суспільстві на демократичних засадах.

У 2001 році Федеральне Міністерство освіти, науки і культури оприлюднило новий Наказ щодо медіаосвіти. Він спрямований на те, щоб критично і аналітично інтегрувати в систему освіти, окрім традиційних ЗМІ, нові медіа, зокрема Інтернет.

Один зі значних проектів, котрий підтримала Асоціація видавців газет Австрії (*Austrian Newspapers' Association/Verband Österreichischer Zeitungen*), передбачає забезпечення шкіл безкоштовною передплатою на газети, проводить конкурси серед учнів тощо. Існують і інші приклади співробітництва між школами та журналістами (у сфері преси, телебачення, радіо й Інтернету). Зокрема, учні створюють шкільні інтернет-сайти.

Провідні організації в сфері медіаосвіти Австрії

Відділ медіапедагогіки, освітніх медіа та медіапослуг Міністерства освіти, науки та мистецтва опікується підвищенням обізнаності з медіаграмотності та є уповноваженим державним органом у цій сфері. Він надає інформацію, акумулює результати досліджень, робочі матеріали, проводить консультації з медіаграмотності в Австрії. Однією з функцій відділу є добір та надання рекомендацій щодо аудіовізуальних навчальних матеріалів і контроль за змістом фільмів задля уникнення доступу молоді до небажаного контенту. З жовтня 1992 року відділ видає спеціалізований журнал *Medienimpulse*.

Окрім того, існує значне число недержавних організацій, які об'єднані місією забезпечення доступу до медіаосвіти в Австрії. У багатьох випадках ці асоціації невеликі та працюють лише на місцевому рівні. Більшість із них пропонують здобуття навичок із критичного розуміння впливу медіа, але є також деякі інституції, які розвивають навички з критичного розуміння медіаконтенту та представлення дійсності медіями. Існують також невеликі ініціативи, які намагаються використовувати можливості нових медіа для інтеграції в роботі з емігрантами та знедоленими групами населення. Але зусилля цих організацій зазвичай не охоплюють усе населення країни.

В Австрії існує он-лайн-платформа (www.oefeb.at) для медіапедагогів, яка розроблена Австрійським Міністерством освіти, науки та мистецтва і спрямована на надання інформації студентам, вчителям та учням про те, як виробляти й управляти медіа. Ця інтерактивна платформа для інтегративної діяльності засобів масової інформації в школах пропонує школярам, студентам та вчителям матеріал для практичної медіаосвіти. Вона містить основні відомості у формі лекцій і семінарів, де практичні курси об'єднані за темами кіно, радіо та відео. Тематично вона пов'язана з проблемою впливу медіа на систему ціннісних орієнтацій.

Mediamanual – це Форум, який вручає щорічні нагороди з медіаграмотності з метою промоції медіакомпетенції як політичної, соціальної, культурної та особистої кваліфікації в критичному використанні медіа. Він орієнтований на вчителів, студентів і людей, які цікавляться медіапродукцією.

Австрійський Кіноінститут (*Österreichisches Filminstitut*, www.filminstitut.at) – був заснований у 1981 році для забезпечення підтримки австрійської кіноіндустрії в її культурних та економічних аспектах, а також для подальшого розвитку традицій австрійської кінематографії. Його

діяльність засновується на Законі про субсидії (“Filmfoerderungsgesetz”), відповідно до якого Кіноінститут є юридичною особою публічного права. Його медіаосвітні кампанії та ініціативи спрямовані на:

- підтримку презентації австрійського фільму усередині країни і за кордоном,
- підтримка австрійського міжнародного спільного виробництва,
- підтримка співробітництва між кіно- і телевиробниками.

Огляд підготовлено за матеріалами:

<http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/>

Федоров А. Зарубежное медиаобразование. – Таганрог, 2003

О. Волошенюк

Великобританія

Історія медіаосвіти у Великобританії нараховує вже кілька десятиліть. Британія – це одна з тих країн, де медіаосвітній рух розпочався з кіноосвіти, а потім охопив більш широкий спектр засобів комунікації (преса, телебачення, Інтернет тощо).

Ключовою інституцією, яка впродовж усього часу розвитку опікувалась спочатку кіно-, а потім медіаосвітою, став Британський кіноінститут (British Film Institute – BFI), заснований 1933 року. Кіноінститут – одна з найстаріших кіноархівно-дослідницьких інституцій у світі, він визначає свою місію як сприяння розумінню й оцінці кіно- і телеспадщини та культури. В Інституті діє спеціальний відділ освіти, в якому зберігається унікальна колекція книг (50 000 прим.), журналів (понад 200 000 номерів з 50 країн світу) і газет (210 0000 номерів), які стосуються медіакультури.

Історія британської кіно- та медіаосвіти розпочинається в 1930-х роках у час так званої «запобіжної» парадигми («the inoculative paradigm»), яка була спрямована на протистояння шкідливому впливу медіа. Популярна французька теорія «авторського кіно» в 1960-ті роки привела до зміни акцентів і в британській медіаосвіті: фокус змістився на вивчення кращих зразків «медіа як популярної культури» (popular arts paradigm). Перші медіаосвітні курси були введені в програми університетів у 1960-х роках.

У 1970–1980-х роках медіаосвітній рух поширився і на середню освіту шляхом створення нових кіноосвітніх курсів для середньої школи і нових

курсів із медіа, які були внесені в екзаменаційний список для випускників середньої школи. У зв'язку з бурхливим розвитком семіотичних теорій у 1970-х роках медіаосвіта стала більше орієнтуватись на структуралістське трактування медіатекстів як знакових систем (representation paradigm).

Теорія і методологія британської медіаосвіти багато в чому сформувалась завдяки медіапедагогу і медіадосліднику Л. Мастерману (L. Masteman). Зокрема, він виділив чотири найважливіші області, які потребують вивчення:

- авторство, власність та контроль у сфері медіа;
- способи досягнення ефекту впливу (тобто способи кодування інформації) медіатексту:
- репрезентація навколишньої дійсності за допомогою медіа;
- аудиторія медіа.

Л. Мастерман пропонував оцінювати ефективність медіаосвіти насамперед за здатністю використовувати свої знання (критичні ідеї та принципи) в нових ситуаціях.

У 1988-1989-х роках за ініціативою Британського Кіноінституту медіаосвіта вперше стала складовою частиною національних навчальних планів у Англії: вивчення медіакультури стало частиною обов'язкового предмету «Англійська мова» в початковій та середній школі (вік від 11 до 16 років). Передбачалось, що медіакультуру вивчатимуть і в рамках інших предметів (іноземна мова, мистецтво, музика, точні науки). К. Безелгет (Cary Bazalgette) – координатор із медіаосвіти в Британському Кіноінституті і одна з ключових фігур становлення медіаосвітньої політики у Великобританії з середини 1980-х років писала, що медіаосвіта повинна бути спрямована на створення більш активного і критично грамотного, вимогливого медіакористувача, який зможе сприяти розвитку більшого, різноманітного спектру медіаосвіти.

Однак виявилось, що чимало вчителів без ентузіазму зустріли нововведення. До середини 1990-х років медіакультуру викладали досить поверхово: на заняттях рідко використовували кіно- та телематеріали. Пізніше, під час «аналізу невдач» стало зрозуміло, що медіаосвітні уроки не мали необхідної ваги у школах саме тому, що не відбулась цілеспрямована підготовка вчителів цього курсу (вони самонавчались під час реалізації шкільної програми).

Саме тому британський уряд у 1992-1993-х роках зробив спробу включити медіаосвітні елементи зі шкільних навчальних планів. Та несподівано за предмет проголосували самі школярі: у 1995 році 30 000 британських учнів обрали предмет «Медіа» для здачі іспитів.

Тому саме з 1994 року стратегія Британського Кіноінституту як провідного методологічного медіаосвітнього центру кардинально змінюється. Медіапедагогам на чолі з лідером дослідницької групи БК К. Мак-Кейбом (Colin MacCabe) вдалося повернути розділи, присвячені більш детальному вивченню кіно та телебачення, в національний навчальний план. Акцент змістився на медіаграмотність відносно до медіакультури в цілому (кінематограф і телебачення в сукупності з друкованими текстами під час навчання навичкам читання).

У 1999 році вийшов звіт кіноосвітньої робочої групи (Film Education Working Group – FEWG) під назвою «Створюючи зміст фільму» (Making Movies Matter). Звіт став стратегічною рекомендацією уряду на допомогу розвитку британської кіноосвіти. Фахівці вважали, що мотивація уряду була виправдана, в тому числі й економічно. За допомогою вивчення кіномови, країна отримувала кіноосвічену аудиторію, яка ставала економічною опорою під час відновлення британської кіноіндустрії наприкінці 1990-х років. Таким чином, цей документ став політичним чинником, який відкрив подальші можливості медіаосвітніх досліджень Британського Кіноінституту.

Як було сказано, Британський Кіноінститут репрезентував так звану інтегральну модель, тобто інтегрованого введення медіаосвіти в курси обов'язкових дисциплін, в основному англійської мови. Тоді як медіапедагоги, які представляли інші медіаосвітні центри (зокрема Л. Мастерман), наполягали на введенні спеціалізованого курсу з вивчення медіа.

Відповісти на цю багатолітню суперечку можна, навівши відкритий лист К. Безелгет до Л. Мастермана: «Я думаю, що фундаментальна різниця між нами в тому, що ваша відправна точка віддзеркалює інтереси медіапедагогів, тоді як моя – тих, хто навчається. Друга відмінність – те, що ви вчений-дослідник, а я – державний чиновник. Ви зацікавлені в чіткій структурі цієї освітньої сфери (медіаосвіти), ... я ж повинна мати справу з тим, що фактично може бути досягнуто в реальному світі встановлених законом вимог і бюджетів, які постійно змінюються» (Федоров А.В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: 2003. С. 49).

В цілому британська система медіаосвіти передбачає певний мінімум медіаграмотності на рівні початкової школи під час уроків англійської мови і тут використовується переважно матеріал друкованих текстів. Серед курсів із медіа, які можуть вибрати учні середньої школи – фільмо- та медіазнавство, медіазнавство (Film & Media Studies, Media Studies) і медіаосвіта на просунутому рівні (Media Studies Advanced). Учителів у галузі медіаосвіти готують багато британських коледжів та університетів (наприклад, Лондонський університет).

Британський Кіноінститут, формулюючи свої цілі, на перше місце ставить освітні завдання, розуміючи під цим навчання аудиторії історичного, формального та географічного розмаїття рухомих зображень (historical, formal and geographical diversity of the moving image), розвиток критичного та творчого мислення, підготовка лекторів, які працюють з аудиторією в означених напрямках. Під «лекторами» маються на увазі вчителі в системі формальної освіти, радники, тренери та інші «провайдери» в формальній та неформальній освіті. В особливий напрямок виділена робота з полісімейкерами, освітніми управлінцями з метою залучення їх до процесу медіаосвіти задля розвитку та встановлення нових стандартів. Освітня діяльність БК відбувається у співпраці з партнерами з метою розбудови інфраструктури розвитку та підтримки медіаосвіти.

Відділ освіти БК упродовж багатьох років виступає *провідним методологічним центром*, який проводить різноманітні заходи у сфері медіаосвіти: семінари, освітні курси для вчителів, здійснює масштабні дослідження, публікує книги, навчальні посібники і методичні рекомендації для педагогів.

Сьогодні Британський Кіноінститут пропонує можливість дистанційного навчання в магістратурах з медіаосвіти різноманітних британських навчальних закладів. Курси адресовані медіапедагогам, радникам, консультантам, тренерам, одне слово, всім, хто цікавиться питаннями медіаосвіти, і не лише в контексті викладання предмету медіаосвіти молоді та дітям. Пропонуються такі курси:

«*Теорія фільму для вчителів*» – курс зосереджений навколо чотирьох «кластерів», кожен з яких включає вивчення ключових теоретичних праць і застосування їх у процесі аналізу. А саме – «Наративна теорія» (Narrative Theory), «Аудиторія і сприйняття» (Audience and Spectatorship), «Семіотика і репрезентація» (Semiotics and Representation) та «Хорор як жанр» (Genre Horror). Учасники обирають один з них для опанування.

«*Цифрова відеопродукція в освіті*» – призначений для підготовки практиків, які хочуть залучити цифрове відео до процесу навчання. У цьому курсі поєднуються теорія з процесом набуття практичних вмінь. У рамках курсу вивчають, як основні положення теорії кіно (Film study) зробити доступними під час викладання предмету «Англійська мова» (Film, Media Studies and English classroom) у середній школі. Окрім того, відбувається навчання, яким чином залучити сучасні цифрові технології до формування тих курсів шкільної програми початкової школи, де педагог вважає це за необхідне.

«*Цифрова анімація і нова грамотність*» – сфокусований на тлумаченні та будівництві рухомого зображення текстів, які були створені з вико-

ристанням цифрових технологій (focus on the interpretation and construction of moving image texts which have been animated using digital technology). Цей модуль адресований вчителям початкової школи, які викладають інформатику та медіаграмотність, викладачам дисциплін, пов'язаних мистецтвами та медіа, які намагаються опанувати нові шляхи презентації грамотності та застосовувати творчі підходи до навчального процесу в класі.

«Кіно, грамотність і діти» – складається з трьох блоків: перший блок охоплює залучення дитячого досвіду до процесу сприйняття фільмів. Блок 2 сфокусований на кінопедагогіці і передбачає набуття навичок, розуміння, знань та компетентності в практичній кіноосвіті. Блок 3 спрямований на засвоєння практичних педагогічних навичок, які дозволятимуть інтегрувати кіно в освітній процес.

Відбір на навчальні курси включає, окрім традиційного есе, ще й необхідність продемонструвати певні практичні навички, як то створення анімації, що демонструє розуміння ключових принципів анімавиробництва і он-лайн, і в автономному режимі.

Зазвичай навчання відбувається впродовж двох-трьох місяців і поєднує дистанційні форми та очні семінари. Кожен із названих курсів дає можливість отримати 30 кредитів, що складає одну шосту необхідних кредитів для отримання звання «магістра з медіаосвіти» в одному з університетів. Наприклад, курс дистанційного навчання «Цифрова відеопродукція в світі» є частиною підготовки магістра з культури, медіа та комунікації в Лондонському університеті.

Щорічна конференція з медіаосвіти

Перша конференція з медіаосвіти БК відбулась у 2002 році як реакція на події 11 вересня 2001 року. З того часу щорічно Британський Кіноінститут проводить триденний форум – конференцію, яка стає центральною подією року в британській медіаосвіті. Її учасники – викладачі кіно- та медіапредметів та дотичних до спеціальностей, яким пропонується гнучка програма, що поєднує семінари, презентації та круглі столи. Під час конференції учасники працюють у трьох секціях:

«Під керівництвом викладача» (*Teacher-led sessions*). Ця група семінарів надає можливість вчителям поділитися методиками викладання певної теми. Особливо варто згадати інформаційні пакети, які містять таблиці, бібліографії та інформаційні ресурси, які дають змогу практично застосовувати нові методики.

«Погляд зсередини індустрії» (*Inside Industry sessions*) учасники отримують змогу неофіційно поспілкуватись із представниками медіа, зо-

крема документалістами, авторами телеграм, кіно- та телережисерами. Зазвичай ця сесія будується в форматі «питання-відповіді».

«Чотири напрямки» (*Strand Four*) педагоги ознайомлюються з сучасними науковими дослідженнями кіно- та телетекстів у контексті медіаосвіти. Так, у 2010 році це були «Відродження 3D-фільму» та «Війна з терором – як це показує британське телебачення»

Британський Кіноінститут пропонує різноманітні освітні ресурси он-лайн:

- Он-лайн курси – кей-стаді, розробки уроків для педагогів, які викладають медіаосвітні предмети (<http://www.bfi.org.uk/education/teaching/mediastudies.html>)

- Навчальні матеріали для вчителів, які залучають навчальні відео-, медіаматеріали до навчального процесу з інших предметів;

- «Screenonline» – хронологічні довідники з історії британського кіно та телебачення, відеопрезентації та відеоуроки з історії кіно- та телебачення, словник кіно- та телетермінів (<http://www.screenonline.org.uk/education/glossary.html>).

- Ресурси, які дають можливість залучити дітей до створення рухомих образів (наприклад, «Вуличне кіно» – веб-сайт за допомогою якого діти віком 6–11 років можуть створювати власні фільми (<http://www.filmstreet.co.uk/>).

Особливе місце посідають ресурси для неформальної освіти та «освіти впродовж життя».

Відзначимо, що всі розробки здійснені безпосередньо фахівцями Британського Кіноінституту.

Ще одним важливим центром медіаосвіти у Британії є Центр вивчення англійської мови і медіа (The English and Media Centre) – незалежна некомерційна освітня організація заснована в 1975 році. Її діяльність також спрямована на розвиток медіаосвіти (магістратура з медіаосвіти в Лондонському університеті, семінари, конференції, публікація книг, посібників, видання журналу “English and Media Magazine”, розробка і випуск CD-ROMів тощо).

1996 року на базі педагогічного факультету Саутгемптонівського університету (The University Southampton, UK) відкрився Центр медіаосвіти (Media Education Centre), який очолив професор Ендрю Харт (A. Hart). Найбільш відоме національне дослідження центру в 1990-х – «Медіаосвіта на уроках англійської мови». Із середини 1990-х Центр готує магістрів і докторів в сфері медіаосвіти, проводить заняття спеціалізованих курсів. У

1999 році саме англійський медіадослідник Е. Харт став автором ідеї і *розпочав перше міжнародне компаративістське дослідження «Євромедіа-проект»*, метою якого став аналіз сучасного стану медіаосвіти (викладання предмету 14–16-річним) у дванадцяти європейських країнах. Цей проект був завершений робочою групою дослідників під керівництвом швейцарського медіапедагога, професора Цюрихського університету Д. Сюсса (Daniel Suss). Кожне місцеве дослідження включало в себе аналіз розвитку та поточного стану медіаосвіти в конкретному національному контексті, відзначаючи, які окремі теоретичні та практичні проблеми постають на часі. Однією з представлених країн стала Росія.

Джерела:

1. <http://www.bfi.org.uk/>
2. http://www.european-mediaculture.org/fileadmin/bibliothek/english/hart_suess_mediaeducation/hart_suess_mediaeducation.pdf.

Цифрова медіаосвіта

Початок 21 століття призвів до появи та повсюдного поширення інноваційних видів цифрових, мережевих, інформаційних та комунікаційних технологій. Термін «нові (новітні) медіа» окреслив появу таких нових засобів комунікації, як веб-сайти, чати, 3D, мультимедіа. Відбувся стрімкий розвиток різноманітних форм спілкування, уможливлений завдяки технологіям нових медіа. Сервіси (вікі, мережі, блоги), завдяки яким користувачі взаємодіють із контентом: співпрацюють, спілкуються, беруть участь у будь-якій соціальній активності, – і отримали назву «соціальні медіа». Фактично відбулася «принципова зміна комунікаційної моделі – а саме те, що принцип «старих медіа» – «один до багатьох» перетворюються на «багато багатьом», англійськими термінами: «one to many» на «many to many».

Останні роки позначені зусиллями Британії щодо цифрової медіаграмотності населення. Цифрова медіаграмотність розглядається як важлива частина публічної політики Британії.

У 2002-2003 роках відбулися реформи регуляторних органів у сфері комунікації в Британії. Функції кількох інституцій об'єднало Управління з питань комунікацій (*OFCOM*) – регуляторний орган телекомунікаційної сфери в Об'єднаному Королівстві, який був утворений Актом Парламенту в 2002 році. Його повноваження окреслені Законом про зв'язок (*Communications Act 2003*) у 2003 році.

З 2004 по 2008 рік Управління реалізовувало програму з медіаграмотності (http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/strategy/medialit/summary/strat_prior_statement.pdf)

Програмним документом, який визначає сучасну британську політику в цифрову еру став полісі-документ – звіт «Цифрова Британія» (*The Digital Britain report*), який був опублікований навесні 2009 року й містив бачення, яким чином країна має розвиватись, щоб забезпечити лідерство у глобальній цифровій економіці. Формулював погляди на те, що саме слід зробити, щоб країна виявилась в авангарді світової цифрової економіки. Закон із цифрової економіки (Digital Economy Act) став одним із результатів цього звіту.

Зокрема звіт «Цифрова Британія» зафіксував, що сьогодні існує дуже багато організацій, які ставлять за мету просування медіаграмотності серед британського населення, але їхні зусилля дуже фрагментарні і у них мало оперативної та стратегічної координації.

Доповідь каталізувала вироблення платформи національної цифрової стратегії, де національна медіаграмотність була визначена як одна з головних цілей: «Якщо ми хочемо в повній мірі скористатись можливостями, які надає ера цифрових технологій, то нам слід забезпечити населення рівними доступом, можливістю використання і створення цифрових засобів масової інформації». Доповідь містила звернення до Управління з питань комунікацій з проханням переглянути його поточні обов'язки стосовно медіаграмотності, щоб у співпраці з BBC, іншими провідними британськими медіаінституціям, представниками «третього сектору» розробити нові дефініції та Національний план із медіаграмотності.

Основні інституційні ресурси Об'єднаного Королівства з медіаосвіти – це *Управління з питань комунікацій Великобританії (OFCOM)*, Національна освітня стратегія (National Literacy Strategy), Національна молодіжна програма (National Youth Agency), Британський музей (The British Museum), Інститут освіти Лондонського університету (The Institute of Education University of London), Шотландський екран – Національна агенція екранних мистецтв (Scottish Screen), Кінокомісія Північної Ірландії (The Northern Ireland Film Commission) та Центр медіаосвіти в Уельсі (Media Education Wales), окрім того, це освітні телеканали, спеціалізовані он-лайн ресурси тощо.

Джерела:

<http://www.ofcom.org.uk/>

Німеччина

У Німеччині педагоги розглядали медіа досить довго (впродовж 1960–1990-х років), переважно як технічні засоби навчання, а не як предмет для загального вивчення у системі регулярної освіти.

У Німеччині медіаосвіта розпочала входити інтегровано в шкільні курси суспільних наук, мистецтва, географії з кінця 1980-х років. Велика кількість учителів використовує елементи медіаосвіти під час уроків, де передбачено цикл творчих завдань на матеріалі:

- зображення (фото, слайди, малюнки, комікси);
- аудіовізуальні медіа (фільми, відеозаписи, телепрограми);
- преса (газети, журнали);
- мультимедіа (CD-ROM, Інтернет, електронна пошта).

Уряд Німеччини вважає, що використання сучасних інформаційних та комунікаційних технологій є ключем до підвищення якості знань та зростання інновацій. Медіаграмотність і медіаосвіта сьогодні розглядаються як основні виклики для розвитку країни.

Медіаграмотність в шкільній освіті

«Медіакомпетентність слід розглядати як основне завдання, яке стоїть перед шкільною освітою. Вона може бути визначена як загальний принцип в освіті, і самовизначатись як творення соціальної відповідальності. Медіаосвіта у школах має орієнтуватись на цей загальний принцип» – говориться в Матеріалах зі шкільного планування, директивному документі Міністерства освіти ФРН.

Специфікою розвитку медіаосвітніх ініціатив у ФРН є та обставина, що кожна з федеральних земель самостійно приймає рішення щодо введення медіаосвіти, як окремого предмета чи інтегрально в навчальні шкільні плани. Кожна федеральна земля має свої власні ініціативи і конкретні закони щодо медіаосвіти і медіаграмотності. Поряд із цим існує низка загальнонімецьких ініціатив і програм.

З 2001 року кожна школа в Німеччині має доступ до Інтернету. За допомогою загальнонаціональної програми «Нові медіа в освіті» були створені відповідні умови у шкільній освіті, які піднесли Німеччину на провідну позицію в світі у плані технологічної оснащеності шкіл. Головна мета програми «Нові медіа в освіті» – розробка нового програмного контенту для середніх шкіл. І сьогодні на порядку денному постає питання, яким чином нові медіа мають стати частиною повсякденного освітнього життя.

Програма «Нові медіа в освіті», яка здійснюється за підтримки Федерального Міністерства Освіти та Досліджень (BMBWF), опікується умовами, які забезпечують перехід від навчання за допомогою підручника до мультимедійного навчання. Спеціально для школи розробляють заходи координації значного числа стандартних навчальних матеріалів з цифровим середовищем, яке перебуває поза стінами школи. Так, було докладено чимало зусиль для заміни значної кількості стандартних навчальних матеріалів цифровими системами, що допомогло сконцентрувати увагу учнів на власне навчанні та забезпечило зв'язок навчання з організованим плануванням навчального процесу поза класними кімнатами.

Мультимедійні матеріали та навчальні матеріали, які розробили деякі вчителі на основі власного досвіду на сьогодні стали доступні й іншим учителям у рамках програми «Вчитель-Он-Лайн».

На сьогодні німецький уряд здійснив цілу низку заходів із метою імплементації ІТ в систему шкільної освіти, щоб на їхній платформі здійснювати інноваційні медіапроекти. Подібну діяльність також слід розглядати в контексті впровадження медіаграмотності і, зокрема, цифрової грамотності.

Ці заходи кореспондуються з програмою SEMIK (систематичним введенням медійних, інформаційних і комунікаційних технологій у навчальний і освітній процеси) разом із новими медіа як впровадження культури нових технологій у школі.

Поряд із цим слід відзначити велику увагу федерального уряду до просування участі та знайомства жінок з новими технологіями, і зусилля ці дуже успішні, позаяк відсоток жінок, які використовують нові технології, значно зріс.

Провідні організації у сфері медіаосвіти Німеччини

Федеральний департамент з визначення міри шкідливості ЗМІ для підлітків (jugendgefährdende für Medien Bundesprüfstelle (BPjM)). Мета його діяльності – захист дітей і підлітків Німеччини від контакту з медіа, які несуть шкідливий чи небезпечний контент. Робота цього органу відбувається відповідно до «Закону про захист молоді» (Jugendschutzgesetz – JuSchG). BPjM відстежує відео, DVD, комп'ютерні ігри, аудіозаписи і CD, друковані медіа і зміст інтернет-сайтів стосовно наявності елементів непристойності чи жорстокості та антисемітських чи расистських висловлювань. BPjM може діяти лише на прохання інших адміністративних установ – тільки після офіційного звернення чи запиту він зобов'язаний провести експертизу і вжити заходів.

Правління ВРfМ, яке приймає рішення, складається з 12 членів. Із них 8 – представники різних соціальних організацій (мистецьких, літературних, представники громад, індустрії розваг, освіти, церков) та 3 представники системи юриспруденції

Асоціація медіаосвіти і комунікаційної культури Німеччини (Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK))

www.gmk-net.de

Асоціація медіаосвіти і комунікаційної культури Німеччини заснована в 1984 році, як організація-платформа, яка об'єднує професіоналів і експертів, котрі працюють у сфері освіти, науки, культури та медіа. Мета діяльності асоціації – сприяння розвитку медіаграмотності як відповідальної комунікаційної культури.

Один з найвідоміших медіаосвітніх центрів Німеччини існує в Касельському університеті. Тут працює центр медіапедагогіки під керівництвом проф. Б. Бахмайера (Ben Bahmaier). Центр співпрацює з вищими навчальними закладами у Франції, Італії та Іспанії, здійснює науково-дослідницькі проекти з підготовки майбутніх медіапедагогів.

Медіакультура вивчається в більшості німецьких університетів. Окрім того, що в країні існують авторитетні науково-дослідницькі інститути, такі як Національний інститут кіно, науки і освіти (Institute für Film Und Bild im Wissenschaft: FWU), котрий публікує спеціальні видання і укладає спеціальні посібники для шкіл (відеокасети, брошури, книги тощо).

Джерела:

http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/studies/index_en.htm

О. Волошенюк

Сполучені Штати Америки

Медіаосвіта в США завжди мала певний ухил в бік практичного використання медіа. Власне, масова медіаграмотність в США починається з впровадження в шкільні програми курсів практичної кіноосвіти, в ході якої учні та студенти вчилися знімати короткометражні документальні та ігрові фільми. Саме в ці роки в Америці виникла перша асоціація діячів екранної освіти (Association for Screen Education).

Разом з тим, поступово ці практичні курси починають доповнюватися навчанням «кінограматиці». В освітні програми почали включати покази фільмів, навчаючи учнів аналізувати їх за допомогою специфічних кінематографічних термінів, таких як «наплив», «монтаж», «крупний план», «кадр» та ін. В ході навчальних переглядів учні також здобували такі навички, як аналіз персонажів, розвитку сюжету, засобів створення атмосфери. Метою такого підходу було навчити учнів рефлексивно ставитися до сконструйованої природи фільму. Щоправда, подібні перегляди фільмів здебільшого здійснювалися в рамках вивчення літератури та історії.

У 1970–1980-х роках підхід до медіа та масової культури в сфері освіти дещо змінився. Зокрема, працівники освіти дедалі виразніше почали усвідомлювати потребу протистояти цілковитому пануванню в освітніх програмах друкованих медіа, що ґрунтувалося на упередженому ставленні до інших джерел та носіїв інформації. Відповідно, кіно та телебачення почали завойовувати статус окремого предмета, вартого серйозного дослідження, що потребує, в свою чергу, специфічного інструментарію. У фокусі навчання медіаграмотності опинилися також реклама, новини, проблеми репрезентації та медіавпливу. Втім, протягом цього часу, всі ці освітні нововведення здійснювалися радше на рівні індивідуальних ініціатив окремих викладачів чи освітніх закладів.

На рівні державних освітніх програм медіаграмотність в США почала утверджуватися лише на початку 1990-х років, коли зростання суспільного та культурного значення візуальних, електронних та цифрових медіа вже неможливо було ігнорувати. Медіаграмотність була включена до державних освітніх програм 48 штатів.

Наразі медіаграмотність є одним з ключових пріоритетів освіти в США. Так, у 2007 році організація «Міжнародна спільнота за технології в освіті», заснована НАСА у співпраці з Департаментом освіти США, розробила «Національні стандарти освітніх технологій для студентів», згідно з якими, серед іншого, «студенти повинні бути здатними використовувати все різноманіття цифрових медіа для того, щоб знаходити, організовувати,

аналізувати та оцінювати інформацію з різних джерел»¹. Нині більш ніж 600 представників освітньої сфери є членами Національної асоціації освіти медіаграмотності (National Association for Media Literacy Education (NAMLE)). 2009 року ця асоціація розробила спеціальний документ щодо освітньої політики, «Основні принципи освіти медіаграмотності в США». У постанові стверджується, що «метою освіти медіаграмотності є допомагати індивідам будь-якого віку розвинути навички аналізу та володіння медіа, які є необхідними для критичного мислення та ефективної комунікації в сучасному світі»². Відповідно до визначених принципів, освіта медіаграмотності:

1. Вимагає активного аналітичного та критичного підходу до повідомлень, які ми отримуємо та створюємо;
2. Поширює поняття грамотності на всі види медіа (в тому числі, друковані);
3. Покликана формувати та підсилювати відповідні навички у індивідів будь-якого віку;
4. Сприяє вихованню добре інформованих, критичних та активних громадян, які є основою демократичного суспільства;
5. Ґрунтується на розумінні медіа як частини культури та важливого агента соціалізації;
6. Визнає, що люди використовують їх індивідуальні навички, переконання та досвід для того, щоб конструювати власні значення медіаповідомлень.³

Критичний підхід до медіа, згідно з розробленими принципами, повинен базуватися на розумінні того, що будь-які медіаповідомлення є сконструйованими з певною метою, транслюють певні цінності та точку зору та відповідно можуть впливати на цінності, судження, поведінку та демократичний процес.

Члени асоціації розробили також «П'ять ключових питань, які ми повинні ставити, аналізуючи медіаповідомлення»:

«Хто створив повідомлення?»

«Які техніки використані для того, щоб привернути мою увагу?»

«Які цінності, стиль життя та точки зору репрезентовані чи випущені повідомленням?»

¹ ISTE National Educational Technology Standards for Students (<http://weblink.scsd.us/~liblinks/NETstandards.pdf>)

² Core Principles of Media Literacy Education in the United States. – (<http://edu.of.ru/attach/17/108804.PDF>)

³ Ibid

«Чому це повідомлення було надіслано?»

«Як інші люди можуть зрозуміти це повідомлення на відміну від мене?»⁴

На думку авторів, ці питання становлять своєрідну аналітичну модель, що дасть можливість учням виробити більш глибоке та критичне розуміння медіаповідомлень.

Окрім NAMLE, на сьогодні в США діють такі асоціації медіаосвіти: Центр медіаосвіти (Center for Media Education) в Вашингтоні, Центр медіаграмотності (Center for Media Literacy) в Лос-Анджелесі, рух «Громадяни за медіаграмотність» (Citizens for Media Literacy) у Північній Кароліні, Центр медіаосвіти (Media Education Center) у Нью-Мехіко, Освітній відеоцентр (Educational Video Center) в Нью-Йорку, Асоціація «Стратегії з медіаграмотності» (Strategies for Media Literacy) та Національний альянс медіамистецтв та культури (National Alliance for Media Arts and Culture) в Сан-Франциско, Фонд медіаосвіти (Media Education Foundation) тощо.

Однією з перешкод на шляху розвитку медіаграмотності є децентралізована природа освітньої системи в США, де співіснують приватні та державні школи, а штати користуються широкою автономією. У зв'язку з цим, розвиток освіти медіаграмотності, зокрема включення відповідних курсів до освітніх програм, є радше результатом зусиль певних груп захисників цього напрямку в окремих шкільних районах, штатах і регіонах. Певного єдиного органу, вповноваженого розробляти загальнодержавні рекомендації щодо освітніх програм не існує. Кожен з 50 штатів поділений на окремі освітні райони, і всі вони мають достатньо широку автономію. Наслідком такої ситуації є те, що в США співіснують та конкурують різні підходи до наповнення освітніх програм медіаграмотності. Так, деякі експерти вважають, що основою відповідної освіти повинен бути аналіз медіа, зосереджений на питаннях влади та ідеології. З другого боку, поширеним є підхід, згідно з яким основою медіаграмотності повинно бути вміння користуватися новітніми технологіями, отже, відповідні освітні програми повинні перш за все зосереджуватися на розвитку навичок, необхідних для максимально ефективного використання потенціалу сучасних медіа.

Разом з тим, на сьогоднішній день, переважна більшість штатів включили медіаграмотність до освітніх програм, присвячених здоровому способу життя. Зокрема, в рамках таких програм реклама алкоголю та тютюну

⁴ Five Key Questions of Media Literacy (http://jcomfort.typepad.com/dr_charles_best_library/files/5KQ_KGCClist_notchart-1.pdf)

часто розглядається як об'єкт «деконструкції». Освоєння ж цього методу та застосування його до медіапродукції є, в свою чергу, однією з базових навичок, розвинути які покликана саме освіта медіаграмотності.

Запровадження окремих навчальних програм медіаграмотності, особливо в початковій та середній школі, нерідко наштовкується на дефіцит бюджету. Часто та чи та школа не може собі дозволити започаткування нових курсів чи окремих занять, так само, як і запрошення до викладання нових спеціалістів. Захисники освіти медіаграмотності вбачають вихід в тому, щоб інкорпорувати свій предмет до вже існуючих курсів. Так, приміром, у школах Пенсільванії широко застосовується міждисциплінарний підхід до інформації. Студенти порівнюють інформацію, отриману з телебачення, радіо чи газет, обговорюють достовірність інформації, отриманої з інтернет-ресурсів, проблеми співвідношення факту та вигадки в кінематографі, роль реклами на телебаченні. Важливу роль в розвитку медіаграмотності відіграла також позашкільна медіаосвіта дітей та молоді. Починаючи з 80-х років, у США систематично створюються спеціальні телепрограми, медіапрограми в музеях та галереях, організуються численні дитячі та молодіжні кіно-, телефестивали та виставки. Подібні ініціативи підтримуються здебільшого некомерційними громадськими організаціями.

У той же час курси, присвячені медіа є на даний момент необхідною складовою програм більшості університетів (переважно на факультетах журналістики, комунікації, кінематографії, мистецтв, культурології, соціології, політології, педагогічних факультетах)

Протягом останніх кількох років медіаграмотність набула особливого статусу в навчальних програмах США в зв'язку з освітньою реформою адміністрації президента Б. Обами. За словами Дж. Шелтона, представника Департаменту освіти США, «Технології є базовою та основною стратегією, яку ми використовуємо для реформування освіти»⁵. При цьому, «говорячи про технології, ми маємо на увазі передусім методи викладання»⁶, уточнює представник білого дому А. Чопра. У 2010 році Департамент освіти США розробив спеціальний «Національний план освітніх технологій», метою якого є максимально інкорпорувати новітні технології, в тому числі сучасні медіатехнології до освітнього процесу. «Життя багатьох сту-

⁵ Geoffrey H. Fletcher. Obama Administration: Technology at the Heart of Education Reform / The Journal / 06.29.09 (<http://thejournal.com/articles/2009/06/29/obama-administration-technology-at-the-heart-of-education-reform.aspx>)

⁶ Ibid.

дентів, – стверджується у вступі до цього документу, – наповнено сьогодні технологіями, які дають їм мобільний доступ до інформації та ресурсів 24 години на добу, дозволяють їм створювати мультимедійний контент та ділитися ним зі світом, брати участь у соціальних мережах в Інтернеті, де люди з усього світу діляться ідеями, співпрацюють та вчаться новим речам. Всі ці навички повинні стати невід’ємною частиною навчального досвіду, якщо ми прагнемо встигати за стрімкими змінами в сучасному світі.»⁷ Відповідно до цього плану, до 2020 року сучасні мультимедіа повинні стати основним освітнім джерелом. Відповідно, радикальним чином трансформується і роль працівників освіти. Якщо традиційно викладач виконував роль транслятора інформації, то згідно з новою парадигмою його завдання полягає передусім у тому, щоб виробити у студентів певний критичний тип мислення, аналітичні здібності, здатності до співпраці та розв’язання комплексних проблем, – набір когнітивних інструментів, необхідний для максимально ефективного використання потенціалу сучасних медіа.

Л. Кульчинська

⁷ National Education Technology Plan 2010. Executive Summary / U.S. Department of Education. Office of Educational Technology. (<http://www.ed.gov/sites/default/files/netp2010-execsumm.pdf>) – p.8

Фінляндія

Історія становлення медіаосвіти

У 1970 році фінські медіапедагоги С. Мінкінен (S. Minkkinen) та К. Норденстренг (K. Nordenstreng) розробили програму з медіаосвіти, яка включала в себе розділи з історії розвитку медіа, структури та мови масової комунікації та з проблем впливу медіатекстів на аудиторію.

Невдовзі С. Мінкінен за дорученням ЮНЕСКО підготувала перший системний звіт щодо сучасного стану розвитку медіаосвіти та рекомендації щодо подальших стратегій для медіаосвіти різних ступенів. Її широкий підхід був дуже незвичайним як на той час. За мету медіаосвіти вона визначала розвиток когнітивних, етичних, філософських та естетичних питань.

Дослідниця виділила такі ключові медіаосвітні теми: 1) історія, сьогодення і майбутнє масової комунікації; 2) структура, технологія виробництва медіатекстів; 3) зміст медіатекстів, репрезентація в них об'єктивної реальності; 4) вплив медіа на аудиторію. Відомий російський дослідник О. Федоров вважає, «що для свого часу це був дуже прогресивний документ, хоча і ґрунтувався на парадигмі Г. Лассвелла (H. Lasswell), згідно з якою комунікація уявляється вулицею з однобічним рухом – від джерела інформації (медіаагенції) – до пасивної аудиторії» ([1-http://edu.of.ru/attach/17/40258.doc](http://edu.of.ru/attach/17/40258.doc)).

Медіаосвіта у Фінляндії була інтегрована в шкільні дисципліни з початку 1970-х років у початковій школі, з 1977 року – в середній. У 1990-х роках медіаосвіта була офіційно включена в Національний навчальний план. Цілі медіаосвіти аналогічні загальнонавчальним – розвиток здатності до аналізу медіатекстів, навичок критичного мислення тощо.

Національне Міністерство освіти розробило план конкретних дій: кожен школяр і студент повинен був оволодіти певною медіакомпетентністю, для чого активно розширюється використання інформаційних мереж і результатів наукових досліджень.

Стратегії медіаосвіти

Медіаосвіта і цифрова грамотність стали ключовими моментами формування навчального підходу у Фінляндії під час постановки завдань щодо вирішення щодо освоєння нових технологій і навичок спілкування у ХІІ столітті. На початку 1996 року Міністерство освіти Фінляндії опублікувало Доповідь Малоого комітету з культури та медіаграмотності. В доповіді було підкреслено важливість набуття нових громадянських, професійних

навичок і компетенції у використанні засобів масової інформації та інформаційних мереж.

У доповіді серед іншого зазначалось, що інтеграція медіа, їхня інтерактивність стає центральним питанням аудіовізуальної комунікації. Ця зміна культурної парадигми вимагає трансформації традиційної грамотності в медіаграмотність або в більш широкому значенні – в культуру грамотності (cultural literacy), де вирішальне значення має розуміння, як створюються зображення та їхнє значення.

До кризи 2007-2008 років у Фінляндії відзначалися високі темпи економічного зростання і позитивні тенденції у сфері зайнятості. Водночас Фінляндія була, як і раніше, відкрита для міжнародної торгівлі. Таким чином, виробляючи стратегію конкурентоспроможності, Фінляндія підкреслювала значення інноваційної освіти як відповідь на виклики глобалізації.

Такі країни як Фінляндія можуть досягти успіхів на міжнародній арені лише через введення безперервних інновацій, заснованих на оволодінні технологічними навичками, та за рахунок підвищення продуктивності. З конкретних реформ у економічній стратегії, запропонованій Фінляндією у відповідь на виклики глобальної економіки, варто виокремити три основні групи питань, які виникають у сфері розширення компетенцій і потребують значної уваги: (1) поєднання інвестицій у якість зі зміцненням широкої бази навичок, (2) система освіти має забезпечувати необхідні навички у трудовій діяльності і підтримувати здатність Фінляндії залучати міжнародних експертів і формувати міжнародні мережі, а також (3) формування ресурсів має відбуватись відповідно до вимог компетенцій стратегії.

Медіаосвіта в навчальному плані.

З 2002 року реформа Національного навчального плану посилила роль медіаосвіти і в початковій, і в середній школі. Новий підхід формулюється як «медіа і комунікації». У початковій школі цінності, на яких побудований навчальний план, включали підтримку побудови основ власної культурної ідентичності і через неї усвідомлення тожсамості – участь у національній і глобальній культурі. Набуття навичок з участі в комунікації та користування медіа розглядалися як центральна мета навчання та викладання.

Ці навички підкреслювали курс на інтерактивну і соціально орієнтовану комунікацію. Навички з використання медіа передбачали участь у комунікативному процесі з обох сторін: особистість отримувала навички і як приймач, і як виробник повідомлень.

Отже, передбачалось, що школяр у початковій школі:

- стає багатограним і відповідальним комунікатором і користувачем засобів масової інформації;
- навчається медіакритиці та вмінню визначати етичні та естетичні цінності під час комунікації;
- набуває навичок з інтерактивної та впливової комунікації;
- стає фахівцем в технічних аспектах масової інформації та комунікації.

Основний зміст вивчення засобів масової інформації та комунікації включає:

- вміння висловити власні думки та емоції, використання засобів виразності в різних ситуаціях;
- аналіз та інтерпретацію форми і змісту засобів масової інформації, повідомлень, їхні естетичні та етичні аспекти;
- аналіз впливів засобів масової інформації, залежності від медіа, мережі, етики;
- навички практичної роботи із засобами масової інформації та вміння використовувати багатогранні медійні засоби вираження в різних ЗМІ, ситуаціях і середовищах, а також практику у використанні технічних засобів масової інформації;
- основні поняття у сфері комунікації та медіа.

Наступним етапом впровадження реформи 2002 року в сфері розвитку навичок з медіа та комунікацій була середня школа. Навчальний план став зорієнтований на кластери, які є соціально значущими проблемами в галузі освіти. На практиці ці принципи є міжпредметними й інтегрованими в навчання, оскільки вони мають справу з цілим набором стилів життя. Загальною метою є те, що учні можуть спостерігати й аналізувати сучасні проблеми навколишнього середовища, сьогодення і бажане майбутнє, оцінювати свій спосіб життя і домінуючі тенденції з точки зору майбутнього і робити вибір, щоб перейти до бажаного майбутнього.

Наступні тематичні області були визначені як спільні поля для всіх предметів середньої школи:

- Активна громадянська позиція та підприємництво;
- Добробут і безпека;
- Стійкий розвиток;
- Культурна тожсамість та поінформованість щодо культури;
- Медіакомпетентність;
- Технології та суспільство.

На додаток до вищеозначених тематичних напрямків, школа може також прийняти рішення щодо впровадження власних тематичних напрямків.

Медіакомпетентність як тематичний напрямок спрямована на засвоєння учнями знань та практичних навичок, котрі зможуть поглибити розуміння центральної ролі медіа в нашій культурі. Під час навчання в середній школі учні мають зміцнити активне ставлення до засобів масової інформації, здатність до взаємодії з медіа. Їх будуть навчати розумінню наслідків впливу медіа, ролі засобів масової інформації як творця емоцій, конвеєра знань, та невинного постачальника моделей поведінки, спільно набутого суспільством досвіду та могутнього засобу впливу на світогляд.

Метою навчання учня є:

- Забезпечення достатньою компетенцією для інтерпретації і прийому повідомлень: він або вона має навчитись ставитись критично до медіаповідомлень, мати вдосталь соціальної інформації та навичок, необхідних йому як споживачеві медіаповідомлень;

- Стати компетентним у взаємодії, комунікації та впливі;

- Бути здатним виробляти медіатексти: навички учнів зі здатності висловлюватись стануть глибшими, якщо вони вмітимуть створювати медіаконтент власними силами;

- Навчитись використовувати засоби масової інформації як засіб навчання та вивчення навколишнього середовища та як інтерактивний засіб пошуку та збору інформації ;

- Навчитись отримувати знання про медіапродукцію в цілому з точки зору значення для кар'єри, праці та підприємництва.

Медіакомпетентність у середній школі передбачає набуття знань і навичок. Це виступає водночас і предметом дослідження, і його засобом. Медіаосвіта спрямована на розвиток вербальних, візуальних, аудитивних, технічних і соціальних вмінь і навичок. Це вимагає співпраці між різними суб'єктами, а також вивчення різних медіа і їх реального середовища. Різні предмети в середній школі повинні допомогти учневі визначити, як будувати свої відносини з засобами масової інформації і комунікувати з медіа за умов технічної, змістовної, насиченої медіакультури. Навчальна програма включає в себе і традиційні ЗМІ, й інтерактивні нові медіа.

У майбутньому медіакомпетентність робитиме акцент на мультимедійності та візуальності. Медіакомпетенції розглядатиметься більш докладно в різних предметних областях під час викладання таких предметів, як рідна мова, мистецтвознавство, риторика, особливо під час викладання сучасного мистецтва. Вчителі, однак, зможуть вільно обирати свої методи. Акцент на медіа не зроблено дуже чітко в таких предметах, як релігія, історія, суспільні науки і музика, хоча і ці предмети, вочевидь, мають справу з багатьма аспектами ЗМІ.

У Фінляндії загальнонаціональні та місцеві засоби масової інформації активно підтримують кампанії з медіаграмотності в школах. Газети доставляються щоранку безпосередньо в будівлі шкіл, а багато іноземних телевізійних програм виходять лише із субтитрами, без дубляжу. Фінська культура цінує навички з читання, грамотності та компетентності в цілому.

Однією з характеристик сучасних фінських шкіл є той факт, що медіакультура дедалі більше сприймається як галузь досліджень.

Стосовно он-лайн-ресурсів з медіаосвіти, які покликані допомагати викладачам та учням, то фінські медіасоціації (Асоціація газет та журналів) та громадського телемовника (Фінська телерадіокомпанія YLE) підтримують виробництво та поширення різноманітних програм з медіаграмотності.

Міністерство освіти Фінляндії опублікувало план виробництва цифрового контенту для вивчення і викладання на 2003–2007 роки.

Стратегічні підходи до виробництва цифрового контенту розглядаються з міжнародної точки зору, проте підкреслюють сильну складову вітчизняного виробництва контенту. Контент медіакультури розглядається як частина національної системи інновацій і ключовий елемент суспільного партнерства.

Джерела:

<http://edu.of.ru/attach/17/40258.doc>

http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/studies/index_en.htm

О. Волошенко

Франція

У Франції використання візуальних та аудіовізуальних засобів в процесі освіти та виховання отримало свою легітимність у 1939 році, але фактичне їхнє застосування почалося значно раніше. Ще в 1880 році при Міністерстві освіти була створена комісія з питань наочних посібників у школах, метою якої було вивчення не тільки наочності як такої, а й вивчення питань світлових зображень як засобів навчання.

Роком пізніше С. Мьоньє (S. Meunier), виступаючи перед членами Педагогічного конгресу, з успіхом продемонстрував можливості діапроектора, показавши аудиторії зображення сонячного затемнення, північне сяйво і т.д. Спільно з Лігою освіти були створені цілі тематичні блоки діапозитивів для дорослих та для дітей, що супроводжувалися письмовими коментарями. Їх можна було замовляти для демонстрації під час публічних лекцій чи в школах. З того часу подібне застосування медіаматеріалів стало традиційним. Проте поворотним моментом у Франції для розвитку медіаосвіти та й освіти загалом стало відкриття кінематографу. Так, уже в 1915 році Комісія з питань навчання та образотворчих мистецтв при французькому Парламенті запропонувала міністру освіти створити спеціальну комісію для пошуку найкращих форм використання кінематографа в різних сферах освіти. У цей час виникла низка організацій культурного й освітнього характеру, які займалися спеціалізованими кіносеансами, покликаними ознайомити глядачів з кінематографічними творами «високої художньої цінності», та проводили обговорення фільмів.

Однією з перших і найбільш масових подібних організацій став рух кіноклубів. Термін «кіноклуб» з'явився в 1920 році. Його ввів відомий діяч французького кінематографа того часу Л. Деллюк (L. Delluc), під керівництвом якого в січні того ж року почав видаватися журнал «Cine-Club». Основну місію цього видання сам Л. Деллюк визначив так: «Журнал повинен бути сполучною ланкою між широкою публікою і кінематографом, він повинен заохочувати ентузіазм і пізнавальний інтерес молоді, сприяти діяльності, спрямованій на розвиток французького кінематографу»¹. Перший сеанс, організований «Кіноклубом», відбувся 14 листопада 1921 року і включав кадри кінохроніки та демонстрацію фільму німецького режисера Р. Віне «Кабінет доктора Калігарі».

¹ Ciné-club et action educative/ dossier de documentation etabli par Jacques Chevallier (1980). Paris: CNDP, p. 7

Паралельно зі створенням перших кіноклубів виникла ідея використання мистецтва кіно як засобу навчання та виховання. Так виникли Регіональні відділення кіноосвіти (Offices regionaux du cinema educateur), перший загальнонаціональний конгрес яких відбувся в Парижі 1922 року. Під час другого такого конгресу, в 1931 році, один із доповідачів прямо говорив про те, що «...кіно ...є спеціальною областю педагогіки і нам належить її розробити і застосовувати на практиці»².

У 1929 році почалося об'єднання регіональних відділень цієї організації в загальнонаціональну федерацію, що остаточно завершилося в 1933 році і перейшло під егіду Ліги освіти, називаючись тепер Французьким Союзом регіональних кіноосвітніх відділень (Union française des offices du cinema educateur laïque, скорочено – U.F.O.C.E.L.). В листопадовому номері журналу «Кіно і освіта» (Cinema et Education) 1933 року писалося, що Ліга освіти прагне сприяти покращенню координації роботи кіноклубів, розробці робочих програм, технічному забезпеченню, підбору фільмів. Вже на початку 1930-х років у Франції існувало 23000 залів для демонстрації навчальних фільмів, що знаходилися в різних учбових закладах, в організаціях та на підприємствах.

Після 1945 року, коли кінематограф у Франції став ще популярнішим видом мистецтва, посилися і процес його інтеграції в структуру освіти. Так, у післявоєнний час сформувалася Французька федерація кіноклубів (Federation française des cine'-clubs), яку очолювали переважно викладачі шкіл та вишів. Ця федерація мала свій друкований орган «Вісті Федерації кіноклубів» з яскраво вираженою педагогічною спрямованістю. Для викладачів, які працювали в кіноклубах, проводили стажування, почав виходити журнал «Освіта і кіно». Міністерство освіти Франції створило спеціальне методичне об'єднання для паризького освітнього округу, яке курувало питання кіноосвіти безпосередньо в системі загальної середньої школи. В рамках цих ініціатив 28–30 березня 1949 року на щорічній педагогічній конференції в Севре було вироблено низку пропозицій, адресованих міністру освіти, які пізніше склали основу змісту медіаосвіти як окремого предмету. В цьому зверненні вказувалося на необхідність:

1) розвитку мережі кіноклубів, діяльність яких мала включати: а) вивчення історії кінематографу; б) вивчення мови кіно і засобів виразності; в) вивчення зв'язку кіно з літературою, іншими мистецтвами, культурою та суспільством; г) аналіз та обговорення фільмів; ґ) проведення практичних занять зі зйомки та монтажу;

² Ibid., p.8

2) сприяння з боку Міністерства освіти в справі підготовки викладачів, шляхом організації систематичних стажувань;

3) створення спеціального відділу, який би займався необхідним матеріальним забезпеченням освітніх установ та кіноклубів.³

Починаючи з 1950-х років, своє місце в системі освіти поступово завойовує також телебачення. В цей період, приміром, в паризькому передмісті Сен-Клу починають проводитися щорічні курси підвищення кваліфікації викладачів, де останні отримують змогу дізнаватися про освітні можливості радіо та телебачення. Формується система внутрішнього телебачення у французьких школах. Варто зазначити, що курси в Сен-Клу існують до цього часу.

В 1953 році U.F.O.C.E.L. перейменовано в U.F.O.L.E.I.S. (Union française des oeuvres laïques d'éducation par image et par le son – Французький союз аудіовізуальної освіти), в нього додаються відділення телебачення та радіомовлення.

Ще одна важлива подія в процесі розвитку медіаосвіти Франції відбулася в 1975 році: було засновано I.F.A.C.C. (Institut de formation aux activités de la culture cinématographique – Інститут підготовки кадрів для діяльності, пов'язаної з викладанням мистецтва кіно). Були визначені основні програмні аспекти курсів стажування I.F.A.C.C.:

1) Історія та естетика кінематографу (поява кінематографу; мова та засоби виразності кіно; еволюція та основні етапи розвитку кінематографу).

2) Сучасний кінематограф (основні тенденції в сучасному кінематографі; нові технології в кіно; кіно і реалізм: прямий ефір, репортаж і т.д.);

3) Функції і теорії кіно (теорія кіно; дослідження кінематографу; нові та маловідомі напрямки в кінематографі; критика; зв'язок кіно з іншими видами аудіовізуальних засобів виразності; функції кіно)⁴.

Починає виходити низка періодичних видань, присвячених філософським, культурологічним, ідеологічним питанням кіномистецтва як явища та як предмету.

1970-ті роки у Франції можна охарактеризувати як період широкого впровадження кіноосвіти як окремого предмету в практику французьких шкіл та вишів. Важливою складовою кіноосвіти в цей час було, зокрема, викладання практичної частини. Учні та студенти отримали змогу озна-

³ Le cinéma a l'école (1986) // Cahiers pédagogiques. n 240, pp.6 - 37.

⁴ Александр Федоров. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. – с. 127

йомитися з технічною стороною кінопроцесу, самостійно знімати короткометражні фільми.

У 1984 році в системі середньої школи було створено спеціальний профільний напрямок «Кіно та аудіовізуальні мистецтва». Разом із тим, у 1980–1990-х роках увага працівників освіти дедалі більше зосереджується на медіакультурі в цілому. Починається процес комп'ютеризації. Запроваджується медіаосвіта на основі преси; майже кожен навчальний заклад започатковує власну газету, яку видають студенти. У школах замість звичайних бібліотек починають організовувати центри документації та інформації, де учні та викладачі отримують змогу користуватися, окрім книжок, також періодичними виданнями, відео/аудіоматеріалами, працювати з комп'ютером. При Міністерстві освіти Франції виникає новий підрозділ CLEMI: Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (Центр зв'язку освіти та засобів масової інформації).

На даний момент можна говорити про те, що впровадження медіаграмотності у Франції має систематичний характер. Активними учасниками цього процесу є не тільки освітня система, а й медіаіндустрія, органи виконавчої влади та мережа громадських організацій. Важливими тенденціями останніх років, що сприяють цьому процесу є міждисциплінарний підхід та конвергенція медіа. На сьогодні специфіка медіаосвіти у Франції визначається значною мірою теоретичними традиціями семіології, дискурс-аналізу, аналізу фільму, педагогічною традицією розвитку місцевої комунікації та сприяння участі громадян в публічному житті. Стосовно комерційних медіа – найбільш суттєві ініціативи ґрунтуються на критичному підході до реклами та активному опору її впливу. В цьому сенсі визначальними є семіотичний та економічний підходи.

Відповідно до спеціального закону від 23 квітня 2005 року, яким було визначено набір основних освітніх цілей та навичок, котрі учні повинні набути у процесі навчання, вивчення медіа було встановлено як частину загальної освітньої програми. Медіадослідження визначено як обов'язкову складову всіх предметів, що так чи інакше пов'язані з розвитком в учнів аналітичних здібностей і навичок, необхідних для життя у вільному суспільстві, де технології відіграють визначальну роль. Відповідно обов'язковим є засвоєння у процесі навчання законів роботи технологічних та медіасистем, здатності оцінювати, яким чином медіа та технології впливають на довколишнє середовище. Починаючи з жовтня 2006 року медіаосвіта запроваджена в навчальних програмах як засіб розвитку загальних навичок, пов'язаних із соціальною та громадською активністю;

в цьому контексті одним із ключових її завдань визначено розвиток критичного підходу до медіа.

Одним із важливих напрямків сучасної медіаосвіти у Франції є також інтеграція інтернет-технологій до навчального процесу. В серпні 2006 року Міністерство освіти Франції опублікувало звіт, написаний групою експертів, у якому було визначено низку завдань із просування інтернет-технологій в освіті, серед яких:

- 1) Посилення інтеграції інтернет-технологій у навчальних програмах шляхом запровадження практичних занять;
- 2) Підвищення кваліфікації викладачів;
- 3) Розширення співпраці між освітніми структурами, спільнотами та локальними організаціями в праві розвитку інтернет-технологій;
- 4) Розширення виробництва цифрових освітніх матеріалів;
- 5) Посилення заходів з покращення доступу до Інтернету в різних місцевостях.⁵

На думку експертів на сьогодні спостерігається активний розвиток медіаосвіти. Разом з тим спеціалісти відзначають також наявність певних недоліків у цьому процесі, що повинні бути усунуті найближчим часом. Зокрема, однією з проблем є своєрідна дисперсія зусиль: часто програми медіаграмотності зосереджуються на якомусь одному виді медіа, не враховуючи сучасних процесів конвергенції. Інший поширений недолік полягає в тому, що програми впровадження інтернет-технологій до освітнього процесу нерідко сконцентровані довкола технічних аспектів, спрямовані на розвиток у студентів навичок користувачів, при цьому все ще досить суттєвим є брак уваги до розвитку критичного підходу.

Л. Кульчинська

⁵ Study on The Current Trends and Approaches on Media Literacy in Europe (<http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/france.pdf>)

ЗМІСТ

Медіаосвіта та медіаграмотність: до проблеми визначення термінів	3
Експертно-аналітичний огляд зарубіжних концепцій та методик викладання медіаосвіти.....	28
Огляд становлення медіаосвіти	31
Австрія	31
Великобританія	33
Німеччина.....	41
Сполучені Штати Америки	44
Фінляндія.....	49
Франція.....	54

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

*МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ:
КОРОТКИЙ ОГЛЯД*

Редактор А. Пилипенко
Верстка Є. Цимбаленко

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 3,6. Підписано до друку 16.05.2011 р.
Зам. №217. Наклад 300 прим.

Віддруковано СПД Цимбаленко Є. С.
свідоцтво ДК 2976 від 14.09.2007 р.
м. Київ, вул. Затишна 7б, б. 120
(044) 2298543