

УДК 371.134:791.44

Перехода А.Ю.

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ БУДУЩИХ РАБОТНИКОВ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Ключевые слова: медиаобразование, работники кино и телевидения, медиакомпетенции.

В контексте становления информационного общества повышается роль образования, ориентированного на грамотное, компетентное использование медиаресурсов. Особо ценным такое качество профессионала становится в сфере кино и телевидения, так как именно она приобретает статус менталеобразующей культурной области, соответствующей современным запросам личности и социума. Достижение этого возможно в процессе медиаобразования (англ. media education от лат. media – средства), которое в Российской педагогической энциклопедии определяется как направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т.д.). Сформулированы основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [6, с. 555].

В Оксфордской энциклопедии дается следующее определение медиаобразования: это «изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Медиаобразование (media education) связано одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания. Тогда как изучение медиа (media studies) обычно связывается с практической работой по созданию медиатекстов. Как медиаобразование, так и изучение медиа направлены на достижение целей медиаграмотности (media literacy)» [9, p. 9494].

В нашем исследовании доказано, что именно медиаобразование обеспечивает условия для развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Медиакомпетенции позволяют профессионалам в области кино и телевидения активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, понять и транслировать зрителям язык медиакультуры, развивая их медиаграмотность. Медиаграмотный человек обладает развитой способностью к восприятию, анализу, оценке и созданию медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью [7].

Большой вклад в развитие медиаобразования в России сделал А.В. Федоров. Ученый проанализировал развитие медиаобразования в ведущих странах мира: Великобритании, США, Канаде, Австралии, Франции и др., где оно сформировалось в педагогической науке как направление, призванное помочь школьниками и студентам лучше адаптироваться в мире медиакультуры, освоить язык средств массовой информации, уметь анализировать их на новом уровне технических возможностей, а именно: спутниковое телевидение, видео, Интернет и т.д.; оно эффективно способствует объеди-

нению, создает новые глобальные возможности для диалога культур наций, стран как на межличностном, так и на интравертном уровне.

В связи с тем, что наше исследование было посвящено формированию медиакомпетенций студентов в процессе изучения ими английского языка, мы обратились к исследованию А.А. Новиковой [4]. Анализируя медиаобразование в Британии, автор обращает внимание на то, что в 1996 г. в Англии на базе педагогического факультета Саутгэмптонского университета (The University Southampton, UK) открылся Центр медиаобразования (Media Education Centre), который возглавил профессор Э. Харт (A. Hart). Данный центр стал инициатором широкомасштабных научных исследований как на британском, так и на международном уровне, в частности таких, как «Медиаобразование на уроках английского языка» и «Международные перспективы медиаобразования», а на рубеже XXI в. – «Евромедиапроект», целью которого стал анализ современного состояния медиаобразования в европейских странах.

Начиная с 1995 г. медиапедагоги во главе с лидером исследовательской группы Британского киноинститута К. Мак-Кейбом (C. MacCabe) начали серьезно анализировать то, чем они занимались, сравнивать медиаобразование и кинообразование. В результате, несмотря на оппозицию департамента образования, Британскому киноинституту удалось снова вернуть разделы, посвященные более детальному изучению кино и телевидения, в национальный учебный план. В конечном счете удалось перенести акцент на медиаграмотность по отношению к медиакультуре в целом (кинематограф и телевидение в сочетании с печатными текстами в обучении навыкам

чения). Национальный учебный план 1995 г. разъяснял педагогам значимость использования всего спектра медиа (журналов, газет, радио и телепередач, кинофильмов) для анализа и оценки материала высокого качества.

Результатом медиаобразования в 90-х гг. XX в. в Британии стал выбор 30 тыс. британских школьников предмета «Медиа» для сдачи экзаменов. Медиатексты стали изучаться «с помощью практических упражнений, дискуссий, исследовательских заданий, поставленных в контекст с реальными функциями медиа в обществе» [10, р. 21]. Впрочем, в отличие от Канады или Австралии, доля изучения медиакультуры в интегрированных занятиях британских школ не слишком высока (к примеру, изучение медиа может занимать по времени лишь одну-две недели за учебный год, более продвинутое изучение медиакультуры происходит примерно в 8% средних школ).

В 1998 г. при патронаже правительственного департамента культуры Британский киноинститут создал Рабочую группу по кинообразованию (Film Education Working Group), которая активно занялась исследовательской деятельностью по кино/медиаобразовательным проблемам. С Британским киноинститутом тесно сотрудничает еще одна влиятельная организация – Film Education, которая занимается программами, связанными с подготовкой методических рекомендаций и пособий для учителей на материале кино и телевидения.

В целом для 90-х гг. прошлого века характерна дискуссия по поводу разделения понятий «медиаобразование» (media education) и «изучение медиа» (media studies). Так, К. Бэээлгэт проводит четкую «демаркационную» линию между ними, хотя оба понятия, бесспорно, имеют определенное

сходство. По мнению Л. Мастермана, для поддержания своей точки зрения К. Бэээлгэт следует продемонстрировать теоретические различия, существующие между медиаобразованием и курсами по изучению медиа.

Профессор Э. Харт также критически оценивал британскую ситуацию в области медиаобразования. Выводы исследовательской работы Э. Харта, касающейся вопросов эффективности медиаобразования, интегрированного в курс английского языка, основываются на практической работе, проведенной возглавляемым им центром в 1998–1999 гг., и включают следующие положения:

- преподаватели английского языка являются в основном сторонниками «дискриминационной» («протекционистской», «защитной») парадигмы медиаобразования;
- тематика большинства медиауроков не касается политической сферы;
- на медиауроках слабо проявлены диалоговая форма работы, практическое применение опыта самих учащихся, недостаточна опора на их знания.

Э. Харт отмечал и положительные эффекты: «Процесс медиаобразования был в значительной степени спонтанным и непоследовательным... но в школах, где проходили курсы по обучению медиа, были достигнуты значительные успехи в результате согласованной внутренней цепи в работе медиапедагогов... Медиаспециалисты оказывали поддержку учителям, преподававшим основы медиакультуры» [ibid.].

Наиболее последовательным и резким критиком медиаобразовательной политики Британского киноинститута и лично К. Бэээлгэт стал профессор Л. Мастерман. В одной из своих книг он задается вопросом: если движение

медиаобразования в Британии недостаточно логично в своем развитии и если «оно никогда не сможет сформировать основу для последовательной модели обучения», то почему Британский киноинститут поддерживал данное направление на протяжении последних десятилетий? Более того, Л. Мастерман полагает, что Британский киноинститут «должен понести ответственность за просчеты в сфере медиакультуры» [11, р. 21], которые состоят в политике национального учебного плана, предложенного для медиаобразования, и в концептуальной основе медиаобразования, опирающейся на так называемые «ключевые аспекты» (понятия): «агентства медиа» (media agencies), «категории медиа» (media categories), «технологии медиа» (media technologies), «языки медиа» (media languages), «аудитории медиа» (media audiences) и «репрезентации медиа» (media representations).

Отвечая на претензии Л. Мастермана, К. Бээлгэт в открытом письме пишет: «Я думаю, что фундаментальное различие между нами – то, что ваша отправная точка отражает интересы медиапедагогов, в то время как моя – интересы учащихся. Другое ключевое различие то, что вы – ученый-исследователь, а я – государственный чиновник. Вы заинтересованы в четкой структуре данной образовательной области (медиаобразования), очерчивая и защищая ее границы, в то время как я должна иметь дело с тем, что может быть фактически достигнуто в реальном мире установленных законом требований и изменяющихся бюджетов. Обе задачи важны, но они находятся в потенциальном конфликте» [8]. К. Бээлгэт последовательно показывает, что активно работают летние телевизионные школы, вышли в свет книги «Телевизионный жанр» (Television

Genre Book), «Международный атлас медиа» (The Global Media Atlas), «Британская телевизионная драма» (British Television Drama) и множество других изданий. Рабочие группы разрабатывают проекты распределения образовательных этапов на телевидении по различным направлениям, таким как документальный фильм, игровые шоу и комедия. В учебных пособиях Британского киноинститута идет речь и о радио, печатных медиа и компьютерных технологиях.

Последние методические разработки Британского киноинститута были распространены среди преподавателей в количестве 10 тыс. копий, при этом анализ обратной связи показал, что 94% педагогов из 155 школ с одобрением отнеслись к базовым принципам медиаобразования, отраженным в издании, 72% нашли, что это полностью отвечает их потребностям, а 59% фактически использовали методы, которые были предложены BFI. 71% преподавателей высказал интерес к внедрению методики, разработанной Британским киноинститутом, в курсах географии, истории, искусства и граждановедения. Около 25 тыс. шестнадцатилетних школьников изучают сегодня в Британии элективный курс по медиакультуре. Свыше 15 тыс. восемнадцатилетних старшеклассников проходят элективные курсы по кино/медиаобразованию в течение года. Количество студентов, овладевающих курсами по медиа в университетах, составляет примерно 30 тыс.

Необходимо подчеркнуть, что Британский киноинститут активно сотрудничает с такими партнерами, как Национальная образовательная стратегия (National Literacy Strategy), Национальная молодежная программа (National Youth Agency), Независимая телевизионная комиссия (The Independent

Television Commission), Комиссия по стандартам вещания (The Broadcasting Standards Commission), Британский музей (The British Museum), Лондонский еврейский культурный центр (The London Jewish Cultural Centre), Институт образования (The Institute of Education) при Лондонском университете (University of London), Открытый университет (The Open University) и др. Хотя большинство этих учреждений находится в Лондоне, Британский киноинститут продолжает расширять границы медиаобразовательного сотрудничества в английских регионах, с организацией «Шотландский экран» (Scottish Screen), с кинокомиссией Северной Ирландии (The Northern Ireland Film Commission) и центром медиаобразования в Уэльсе (Media Education Wales), с региональными кинотеатрами и независимыми киноканалами по программам обучения учителей и учащихся.

В начале XXI в. Британский киноинститут продолжает активно разрабатывать новые медиаобразовательные программы. В 2003 г. им опубликовано учебное пособие «Look Again! The Teaching Guide to Using Film & Television with Three-to Eleven-year Olds» для медиапедагогов, работающих с детьми от трех до одиннадцати лет, где, в частности, раскрывается методика проведения занятий на тему «Медиа и мораль». В мае 2004 г. Британский киноинститут стал одним из организаторов Европейской конференции по медиаобразованию в Белфасте.

С появлением в конце XIX в. кинематографа, затем телевидения, видео, персональных компьютеров, Интернета и т.п. началась эра глобальной экранной культуры. Экранные формы творчества постепенно сменили традиционные искусства. Аудиовизуальная коммуникация потеснила печатное

слово. «Взаимодействуя со сложными и противоречивыми социальными процессами, экран сыграл решающую роль в демократизации культуры и в появлении ее новых форм. В результате изменилась социально-культурная ситуация в целом, трансформировалась медиасреда – сначала на Западе, а затем у нас» [1, с. 109].

Нами сформулировано определение понятия «медиакомпетенция студентов» как интегральной характеристики будущего работника кино и телевидения, включающей в себя представления об информации, информационном обществе; ценностно-смысловое отношение к медиатекстам; профессионально-медийные умения; опыт анализа, оценки медиапродуктов, а также медиаторчество. В процессе диалога культур, актуализированного в процессе медиаобразования и обучения иностранному языку, формируются медиакомпетенции студентов.

При изучении понятия «информация» мы ориентировались на исследования Ю.М. Лотмана, который считал, что в каждом тексте или произведении искусства есть целый мир значений. Ученый рассматривал искусство как носитель знаковых кодов. Киноинформация, по его мнению, противоположна автоматизму: «Фактически вся история кинематографа и искусства – цепь открытий, имеющих целью изгнание автоматизма из всех звеньев, подлежащих художественному изучению» [2, с. 23]. Киноязык включает в себя много больше, чем просто построение фильма. Это объясняется тем фактом, что кинематограф является коммуникативной системой, так как режиссер, актеры, авторы сценария, все создатели фильма что-то нам хотят сказать своим произведением. Их лента – это как бы послание зрителям. Но разные кинокартины обладают неодинаковым

объемом информации. Только то, согласно Ю.М. Лотману, что «в фильме принадлежит искусству, – имеет значение, несет ту или иную информацию. Сила воздействия кино – в разнообразии построенной, сложно организованной и предельно сконцентрированной информации, понимаемой в широком смысле, как совокупность разнообразных интеллектуальных и эмоциональных структур, передаваемых зрителю и оказывающих на него сложное воздействие – от заполнения ячеек его памяти до перестройки структуры его личности» [2, с. 54].

Е.В. Мурюкина, проводя аналогии понятия «текст» и «медiateкст», доказала следующее [3]:

- информация представляет собой тексты, записанные на бумаге, дисплее и т.д. Общение при прочтении произведения (вчувствование, вживание, диалогизирование) осуществляется с предполагаемым автором, героями, даже явлениями;
- медиа пользуются медиаязыком, сотворенным по аналогии с живой речью;
- массмедиа широко используют тексты, оформленные как живая речь, и все время расширяют рамки употребления (ТВ, радио, музыка, пресса и др.).

Дальнейшее рассмотрение проблемы медиаобразования с позиций профессиональной подготовки молодежи в контексте формирования у них медиакомпетенций привело нас к осознанию того, что англоязычная медиакультура как элемент медиаобразования может стать средой и фактором развития таких компетенций. Благодаря англоязычной культуре наиболее успешно развивается ценностно-смысловое отношение к медиатекстам, а также опыт анализа, оценки медиапродуктов. Обращение

к англоязычной медиакультуре при обучении студентов английскому языку было связано с модернизацией содержания иноязычного образования, которое, по мнению Е.И. Пассова, призвано обогатить духовный мир человека «иноязычной культурой», являющейся частью человеческой культуры в целом [5]. Это культура созидательного творческого труда, культура разумного потребления, культура гуманистического общения, культура познания, культура мировоззрения, культура эстетического освоения действительности и т.д. Мы полностью разделяем точку зрения Е.И. Пассова в том, что культура ценностей, используемая в качестве содержания образования, становится тем пространством существования, благодаря которому человек, впитывая эту культуру, приобщаясь к ее ценностям, может стать духовным. Владение иноязычной культурой – это способность управлять деятельностью человека в подлинном диалоге культур, служащая базой для дальнейшего духовного совершенствования человека и формирования медиакомпетенций студентов.

Таким образом, в контексте глобализирующегося мира актуальность медиаобразования представляется априорной. Современная педагогическая теория и практика, ставящие целью необходимость подготовки человека к жизни в условиях быстро меняющегося, все более взаимосвязанного мира, нарастающих глобальных проблем и кризисов, обращаются к необходимости формирования медиакомпетенций студентов, которые в профессиональной деятельности будут влиять на культуру социума. При этом опыт Британии в медиаобразовании может стать основой в подготовке высококвалифицированных образованных молодых людей. Эстетическая,

культурологическая направленность медиаобразования будущих специалистов в области кино и телевидения будет способствовать становлению их медиакомпетенций.

Литература

1. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. М.: Академический проект, 2005.
2. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973.
3. Мурюкина Е.В. Диалогическая концепция культуры как методологическая основа медиаобразования // Медиаобразование. 2005. № 3. С. 33–44.
4. Новикова А.А. Медиаобразование в ведущих странах Запада. URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-392389.html?page=11>.
5. Пассов Е.И. Содержание иноязычного образования как методическая категория // Иностранные языки в школе. 2007. № 6. С. 13–23.
6. Российская педагогическая энциклопедия: в 2 т. М.: Большая Российская энциклопедия, 1993–1999. Т. 2.
7. Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в ведущих странах Запада. Таганрог, 2005.
8. Bazalgette C. British Film Institute: Current Education Activities // Медиаобразование сегодня: содержание и менеджмент / ред. А.В. Федоров. М.: ГУУ, 2002. С. 14–19.
9. Dorr A. Media Literacy // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences / Ed. by N.J. Smelser, P.B. Baltes. Oxford, 2001. P. 9494–9495.
10. Hart A. Probing the New Literature: A Metalinguage for Media // Telemedium, Journal of Media Literacy. 2000. Vol. 46, № 1.
11. Masterman L. Down Cemetery Road: Why the BFI's Proposals for Moving Image Education are no Good. L., 2002.