

ИНТЕГРАЦИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ

Елена Саянова

*Професионална гимназия по туризъм
и хранителни технологии „Н. Стойчев“, Разлог*

Резюме. Авторът си поставя задачата да разгледа възможностите за прилагане на медийното образование в училище, начините на преподаване и учебното съдържание по този предмет. Това ще помогне на учениците, освен да повишат познанията си по отношение на медиите, да разберат, че медиите са конструирани да предават идеи, информация и новини от гледна точка на някой друг, да могат да идентифицират медийните техники, предназначението им и реалните ефекти. Да са наясно, че с информацията си медиите по правило толерират определена група хора за сметка на друга, че трябва да търсят алтернативни източници на информация, да използват медиите за своя полза и удоволствие, да са активни, а не пасивни участници в събитията. Медия обучението допринася за развиване на умения за критично мислене и общуване, за безопасно и отговорно онлайн поведение. Важно е и учителите да обменят добри практики, да сравняват подходи, използвани от колеги и да определят кои медийни области да станат част от учебната програма. Въвеждането на проектния подход е начин да се отговори на предизвикателствата, произтичащи от въвеждането на медийното образование, и за насърчаване на социално отговорно и самостоятелно учене.

Все още са малко страните, въвели медийното образование като учебен предмет. Затова статията може да бъде от особена полза за нашите училища, които имат желание да научат своите възпитаници да ползват възможностите, които предоставя този тип образование.

Keywords: media education, high school curriculum, lifelong learning

Стратегические направления развития образования в XXI веке связаны с созданием систем обучения в течение жизни (Lifelong Learning), с сохранением гуманизации существующих процессов в различных сферах человеческой деятельности и адекватной организацией информационной среды. Глобализация экономики, культуры и информации, повышение мобильности населения, настоящая революция в средствах массовой информации и внедрение информа-

ционных технологий в повседневную жизнь и работу вызывают необходимость постановки и решения сложных задач системой образования любой страны.

На сегодняшний день, несомненно, наиболее существенные изменения претерпевает информационное пространство. Сегодня все учащиеся имеют доступ к телевидению, компьютерам и другим электронным устройствам, интернету. Благодаря широкому доступу к СМИ подрастающее поколение находится под влиянием нескольких информационных потоков. Влияние этих потоков на ум, эмоции и поведенческие стереотипы, к сожалению, практически не контролируется ни родителями, ни учителями.

Система образования должна содействовать формированию активной и ответственной позиции каждого члена общества и способностей оценивать последствия своих действий как в природной, так и в искусственной среде, которые его окружают. Необходимо обучать подрастающее поколение правильному поведению в техносфере, так как сегодня обратный эффект воздействия техносферы на человеческую жизнь и деятельность возрос многократно, что должно приниматься во внимание при создании образовательных систем и формирования соответствующих концепций.

Учебная информация, которая передается учащимся, становится все менее значимой в общем потоке информации, что объясняется конкретными причинами. Информационный поток становится все более ориентированным на потребительские вкусы - молодые люди имеют возможность широкого выбора, и в большинстве случаев они сознательно отказываются от углубленных образовательных программ, а также передач, публикаций и постов, посвященных анализу политических событий или социальных проблем. Кроме того, мы не должны забывать, что информация, проходящая через каналы массовой информации, является продуктом конкретной индустрии, направленной на промывание мозгов своих пользователей в политических, экономических и других целях.

Существует высокий риск того, что молодые люди, окончившие среднюю школу, окажутся неподготовленными к продуктивной работе в глобальном информационном пространстве, если формирование медиаграмотности не будет включено в контекст школьного образования в эпоху информационных технологий. Для обеспечения обязательного минимума знаний и навыков предметной области медиаобразование, эта область должна быть или интегрирована в программы школьных учебных дисциплин, или включена в учебный процесс в качестве отдельного предмета.

Основные цели медиаобразования включают:

- формирование навыков критического мышления и умения понимать скрытый смысл того или иного сообщения, что помогает избегать 'промывания мозгов' средствами массовой информации;
- обучение тому, как воспринимать и обрабатывать информацию, которая передается по каналам средств массовой информации;

- включение дополнительной информации в контекст общего базового образования, а также в систему преподавания отдельных школьных предметов;
- формирование навыков и умений находить, обрабатывать, передавать и получать необходимую информацию, в том числе с помощью современных технологий.

Основное содержание медиаобразования как предметной области и человеческой деятельности представляет собой интеллектуальные и процессуальные навыки информационного взаимодействия. Научные основы содержания медиаобразования формируют основные понятия информологии - области знаний, изучающей общие свойства и структуру информационных законов и принципов ее создания, преобразования, накопления, передачи и использования в различных сферах человеческой деятельности. Безусловно, эти понятия не являются независимыми, они приобретаются учениками в процессе учебной деятельности, включающей разнообразные аспекты медиаобразования.

Например, Л. С. Зазнобина считает, что ученики, получающие общее среднее образование, должно быть в состоянии:

- понимать задания в различных формулировках и контекстах;
- находить необходимую информацию из различных источников и определять основную идею информационного сообщения, а также систематизировать предложенную или самостоятельно выбранную информацию в соответствии с указанными критериями;
- собирать и преобразовывать визуальную информацию в словесную форму в течение длительного времени;
- преобразовывать информацию - изменять ее объем, форму, знаковую систему и т.д., исходя из цели коммуникативного взаимодействия и особенностей аудитории, для которой он предназначен;
- понимать цель общения, направление потока информации;
- находить ошибки в получаемой информации и вносить предложения об их коррекции;
- создавать отзывы и анонсы информационных сообщений;
- устанавливать надлежащие ассоциативные связи между информационными сообщениями; воспринимать альтернативные точки зрения и приводить обоснованные аргументы “за” и “против” каждой из них;
- извлекать данные из предложенной информации и представлять ее в другой форме (напр. таблицы и т.д.);
- иметь представление об инструментарии подготовки, передачи и получения информации и начальные навыки работы с этим инструментарием.¹⁾

Развитие новых информационных технологий и активное участие молодых людей в различных медийных проектах представляют большой интерес для системы образования, потому что напрямую соответствует основным задачам медиаобразования:

– обучение «грамотному» чтению медиатекстов, так как, принимая участие в медийных проектах, учащиеся имеют доступ к разнообразным текстам и получают возможность работать с ними при помощи новейших технических разработок, дающих возможность анализировать, сравнивать, синтезировать, критиковать и т. н.;

– развитие способностей к восприятию и даже обоснованной оценке информации, благодаря тому, что проекты включают совместную разработку различных творческих идей;

– формирование умений мыслить самостоятельно и критически;

– интеграция знаний и навыков, полученных в ходе учебных занятий, а также знакомство с особенностями национальных культур и различных точек зрения партнеров, особенно если проект является международным.

По словам Р. Кьюби, медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и под влиянием материалов средств массовой информации в целях развитии культуры общения со СМИ, а также творческих и коммуникативных навыков; навыков критического мышления; полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов; обучения различным формам самовыражения при помощи технологий средств массовой информации. Медиаграмотность помогает людям воспользоваться возможностями информационной сферы и способствует лучшему пониманию языка медиакультуры, чей потенциал в современном образовательном процессе определяется широким спектром развития человеческой личности, эмоций, интеллекта, самостоятельного творческого и критического мышления, эстетического сознания, активизирования знаний, полученных в процессе изучения традиционных дисциплин гуманитарного цикла.²⁾ К сожалению, в большинстве учебных учреждений этот потенциал и сейчас остается нереализованным.

Обсуждая медиаобразование в самом широком смысле, мы не можем не согласиться с идеями одного из основателей этой науки в России А. Федоровым, настаивающего на широком участии специалистов в различных областях (социологов, психологов, антропологов, педагогов, журналистов, представителей научных кругов, учреждений культуры, общественных организаций и фондов) в развитии медиаграмотности граждан, в создании организационных структур, способных выполнять весь спектр задач медиаобразования в сотрудничестве со средствами массовой информации.³⁾

А.В. Федоров считает, что можно выделить по крайней мере десять основных теоретических подходов в области медиаобразования на основе анализа опубликованных исследований, самым существенным из которых является „Теория медиаобразования как метод развития критического мышления“ (Critical Thinking Approach, Critical Autonomy Approach, Critical Democratic Approach). В основе этой концепции лежит идея, что СМИ явля-

ются 'четвертой властью', которая определяет модели поведения и социальные ценности среди разнородной массы индивидуумов. Отсюда вытекает одна из основных целей медиаобразования: формирование знаний и навыков анализа потока информации в современном демократическом обществе и выявления манипуляторного воздействия средств массовой информации. Во время занятий студенты получают возможность исследовать влияние СМИ на индивидов и общество и развивать критическое мышление на основе анализа медиатекстов.

Сторонники этой теории считают, что аудитория должна получить определенные ориентиры в условиях перегрузки ценной информацией, чтобы узнать, как воспринимать такую информацию разумно; чтобы понимать написанное, анализировать, иметь представление о механизмах манипуляции сознания граждан и последствиях подобного влияния. Для учащихся будут полезными навыки определения надежности источников информации; пристрастность мнений; расплывчатые или неточные рассуждения; логические несоответствия некоторых аргументов, и т.д. Так, Л. Мастерман считает, что информация, производимая СМИ, является результатом сознательной деятельности, и логично выделяет по крайней мере четыре области для более глубокого изучения:

- Кто несет ответственность за создание определенной информации, кто владеет СМИ и кто ими управляет?

- Какими методами достигается нужный эффект?

- Каковы ценностные ориентации различных групп населения, созданные таким образом?

- Как существующая действительность воспринимается аудиторией?⁴⁾

Л. Мастерман стремится ориентировать аудиторию на развитие критического мышления, анализ механизмов воздействия и определение ценностей информации. Кроме того, основатель британской системы медиаобразования считает, что формирование у молодых людей избирательного подхода на основе определенных критериев оценки качества информации является исключительно трудной задачей, потому что нет никаких четких критериев оценки медиатекстов. Медиаобразование по Л. Мастерману представляет собой не процесс выработки оценки продуктов средств массовой информации, и процесс их исследования, разработки новых каналов общения, когда учителя, и ученики могут учиться друг у друга и сотрудничать в процессе исследования. Поэтому целесообразнее изучать не «шедевры» медиакультуры, а сферу взаимодействия человека и СМИ, т.е. медиаобразование должно быть направлено на формирование у учащихся понимания того, как функционируют средства массовой информации, какие методы при этом используются, каковы механизмы создания 'реальности' и как она воспринимается аудиторией, и что именно понимание текстов является акцентом развития критического мышления по

отношению к средствам массовой информации и именно ему следует уделять важное значение.

Принимая во внимание важность медийной грамотности подрастающего поколения, в течение нескольких лет мы направляем наши усилия на внедрение элементов медиаобразования в учебный процесс. Одним из путей решения поставленной задачи стала разработка проекта в рамках Европейской образовательной программы Lifelong Learning, в котором приняли участие учителя и ученики из 6 европейских стран – Великобритании, Испании, Португалии, Румынии, Греции и Болгарии. Разработчиком и координатором этого проекта являются болгарские партнеры. Проект направлен на изучение возможностей внедрения элементов медиаобразования в школах, а также интеграции содержания и методов обучения медийной грамотности в учебную программу. Участие в этом проекте помогло учащимся получить необходимые знания и умения в этой сфере и стать более ответственными гражданами, которые понимают, что средства массовой информации передают идеи, новости и другую информацию всегда с чьей-либо точки зрения; которые могут идентифицировать методы СМИ и их реальное воздействие; которые понимают, что средства массовой информации обеспечивают выгоду одному кругу людей и изолируют других; которые ищут альтернативные источники информации, которые знают, как поступать в конкретных ситуациях, а не позволяют манипулировать собой.

Кроме того, проект в огромной степени способствовал развитию критического мышления учащихся и их лучшей ориентации в сфере массовой информации; подготовке к активному участию в жизни общества путем приобретения знаний, умений и навыков для успешного общения и выполнения творческих задач. Проект также сыграл существенную роль в обучении молодых людей как быть ответственным и уметь уберечь себя, находясь во всемирной паутине; в приобретении навыков проведения исследований и разработки медиа-проектов, включая проведение интервью, наблюдение, и т.д.

В рамках этого проекта преподаватели обменялись успешным опытом, сравнили методы и приемы, используемые в процессе медиаобразования, усовершенствовали свой педагогический репертуар. Преподаватели всех стран-участниц проекта определили, какие предметные области учебного плана ближе всего связаны с медиа-образованием и выяснили существующие возможности интегрирования медиа-компонентов в уроки по общеобразовательным предметам. Это в большой степени привело к более решительным усилиям по воспитанию толерантности, социальной ответственности и самостоятельности учащихся, благодаря их непосредственному участию в работе над проектами и интегрированию компонентов медиаобразования в учебный план.

В числе конкретных мероприятий, осуществленных в рамках этого проекта, мы могли бы указать на акцию „Политические карикатуры“, в ходе кото-

рой ученики расшифровывают и объясняют правильное использование газетных карикатур, деконструируя рисунки и декодируя скрытые в них послания. Этапы этой деятельности включают сравнение того, как карикатуры из разных стран раскрывают одну и ту же тему, а также создание молодыми людьми своих собственных карикатур, посвященных определенной злободневной теме. Политические карикатуры могут собираться в течение всего учебного года, а затем быть оформленными в специальную выставку. Кроме того, они могут быть обменены между школами и организованы в мини-выставки.

Большой интерес вызвал мини-проект „Музыка и музыкальные видео клипы“, направленный на ознакомление учащихся с концепцией поп культуры и ее роли в нашей жизни. Ученики проводили интервью со своими одноклассниками, учителями, родителями, друзьями, задавая вопросы относительно их музыкальных предпочтений. Полученная информация была обобщена и сравнена с таковой, полученной партнерами по проекту. Другие виды деятельности по данной теме включали: целенаправленный просмотр видео клипов со звуком и без, с целью проведения анализа визуальных эстетических элементов клипа; изучение истории музыкального видео; разработку презентаций, посвященных различным музыкальным жанрам. Особое внимание также было уделено роли музыки в рекламе. Положительную реакцию у учащихся вызвало исследование сайтов виртуального общения, позволившее определить разницу между реальностью и вымыслом и разработать глоссарий из наиболее часто используемой лексики в „чатах“.

Серьезное внимание было уделено теме „Клише и стереотипы“, особенно на уроках иностранного языка (русского и английского). Перед учениками ставится задача описать типичного американца/француза/русского и написать свои комментарии на доске. Затем им задают вопрос о том, знают ли они каких-либо представителей этих народов лично. Так как большинство, наверное, дает отрицательный ответ на этот вопрос, начинается обсуждение, почему у молодых людей подобные представления и каковы источники таких представлений, что привело их к подобным выводам. Преподаватель просит учащихся вспомнить конкретные примеры из телевизионных программ, репортажей или кино, который помогли сформировать подобные образы. Объяснив ученикам, что стереотипы могут быть этническими, расовыми, национальными, гендерными, профессиональными, религиозными и др., преподаватель ставит задачу описать типичного телевизионного героя. Затем преподаватель показывает отрывки из нескольких телевизионных шоу с стереотипными персонажами, делает паузу после каждого сегмента и просит учащихся обсудить показанных персонажей (Как они выглядят? Как одеты? Что делают в эпизоде? Что внешний вид, одежда и действия персонажа говорят нам о нем / о ней? Какие прилагательные лучше всего описывают этого человека? Является ли это реалистическим представлением?).

Особое внимание необходимо уделить гендерным стереотипам, негативным последствиям их использования и роли средств массовой информации в увековечении гендерных стереотипов. Одним из путей постижения таких целей могут быть проект-базированные уроки иностранного языка на тему „Что значит быть мужчиной? Что значит быть женщиной?“. На первом этапе ученики в парах обсуждают характерные черты мужского поведения (Что значит вести себя как мужчина? Какие слова приходят на ум?), после чего они фиксируют свои идеи на бумаге и кладут их в предназначенную для этого коробку. Далее, перед учениками ставится подобная задача относительно женских ролевых ожиданий, а ответы также кладутся в отдельную коробку, после чего идеи анализируются, обобщаются и на доске составляются два списка гендерных ролей мужчины и женщины. На следующем этапе, преподаватель переходит к общей дискуссии, поставив перед учениками следующие вопросы: Где мы узнаем о гендерных ролях? Кто и что влияет на их формирование? Как насаждаются стереотипы? Целесообразно также включать в дискуссию провокационные вопросы, например, «Сколько мальчиков в классе никогда не плакали? (если стереотип мужчины не плачут» есть в списке, полученном в результате мозгового штурма; если нет, можно выбрать другую ссылку), или «Кто из девочек желает играть пассивную роль в жизни?».

Необходимо, чтобы ученики сами пришли к выводу, что стереотипы могут привести к различным видам насилия, когда реальность идет в разрез с ожиданиями.

Так, мужские и женские стереотипы, которые проектируются в средствах массовой информации, имеют идеальное лицо, прекрасное тело, модную одежду. Мы, как правило, хотим быть похожими на них. Мы хотим выглядеть как женщина на обложке ‘Космополитан’ или мужчины, которых мы видим в рекламных роликах, в кино, и на телевидении. Если мы не будем достаточно разумны, мы можем начать терять чувство собственного достоинства, потому что мы хотим быть похожими на кого-то другого – в случае, на героев СМИ. Какое это имеет отношение к насилию? Это означает, что нам не нравится, кто мы есть. Это тонкая форма насилия в отношении нас самих. Следующим шагом является то, что мы начинаем ожидать и хотеть, чтобы и другие люди соответствовали этим стереотипам, т.е. мы начинаем любить стереотипы больше, чем реальных людей, что вызывает много проблем в отношениях. Здесь очень важно объяснить разницу между тем, чтобы выглядеть хорошо, и желанием копировать кого-то. В связи с этой проблемой можно обсудить следующие вопросы:

Что предпринимают люди, чтобы соответствовать ‘идеальным’ стандартам?

Как выглядит современная успешная женщина согласно сегодняшним стереотипам?

Есть ли связь между рекламами и проблемами, связанными с психикой и здоровьем?

Как вы считаете, женщины хотели бы быть такими худыми, если бы они не были засыпаны образами невероятно стройных женщин в средствах массовой информации?

Как стандарты внешнего вида различаются в отдельных культурных группах, например, в Африке, у северных народов или в различных азиатских культурных группах? Можно также проанализировать картины, изображающие женщин в продолжении нескольких столетий и открыть каноны красоты, характерные для определенного периода.

Проект способствовал сближению учителей, проявляющих интерес к вопросам медиаобразования, обмену идеями из этой области и изменил, в известной степени, динамику в классе. Мы надеемся, что проект будет иметь важное значение и вызовет интерес у преподавателей болгарских школ, потому что сегодня есть уже несколько стран, которые ввели медиаобразование как предмет в свои школьные программы.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Зазнобина, Л.С. (1999) *Медиаобразование, интегрированное с базовым*. Москва.: Изд-во Южного округа управления московского образования, 173 с.
2. Kubey, R. (2001) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, pp.199–211.
3. Федоров, А.В. (2004) *Медиаобразование и медиаграмотность. Учебное пособие для вузов* – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004, 124 с.
4. Masterman, L. (1989) *Teaching the Media*. London: Comedia Publishing Group, 341 p.

NOTES

1. Zaznobina, L. S. (1999) *Mediaobrazovaniye, integrirovannoye s bazovym*. Moscow.: Izd-vo Yuzhnogo okruga upravleniya moskovskogo obrazovaniya, 173 p.
2. Kubey, R. (2001) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, pp.199–211.
3. Fedorov, A.V. (2004) *Mediaobrazovaniye i mediagramotnost'. Uchebnoye posobiye dlya vuzov* – Taganrog: Izd-vo Kuchma, 124 p.
4. Masterman, L. (1989) *Teaching the Media*. London: Comedia Publishing Group, 341 p.

INTEGRATION OF MEDIA EDUCATION IN SECONDARY SCHOOL CURRICULUM

Abstract. The author aims to look at possibilities of adoption of media education in our schools as well as at the content and pedagogy of media education curriculum as it might help students become more media literate people and better citizens who understand that media are constructed to convey ideas, information and news from someone else's perspective; who can identify media techniques and their intended and actual effects; who are aware that the media benefit some people, but leave others out; who seek alternative sources of information and entertainment; who use the media for their own advantage and enjoyment; who know how to act, rather than being acted upon. Moreover, the media education contributes to developing the critical thinking skills that help young people navigate through traditional media; to **helping prepare students for life in society, i.e. gain** the knowledge, skills, abilities and competence to communicate, criticise, create, and care; to teaching students to be safe and responsible on-line; to involving students into conducting original research through doing media projects so that they can learn to effectively interview, observe and record individuals and groups while researching favourite TV programs, bands and celebrities. It is of importance that teachers exchange good practice, compare approaches used by other educationalists and identify which subject areas contained media education outcomes in the curricula and to determine what support is available to help teachers integrate media-related components into their lessons. In order to answer the challenges stemming from introducing media education into school curriculum and to promote socially responsible and self-directed learning we should introduce project work on media education into curriculum; develop awareness that media studies should be inquiry-centered, co-investigative rather than seeking to impose a specific set of values, egalitarian and dialogic. This article might be of particular interest for our schools since today there are only few countries that have introduced media education as a subject in schools.

✉ **Dr. Elena Sayanova**

Vocational School of Tourism
and Food Technologies „Nikola Stoychev“
Razlog, Bulgaria
E-mail: esayanova@yahoo.com