

УДК 372.881.111.1

ББК 74.58:73

X61

**Н. Ю. Хлызова**  
**Иркутск, Россия**

### **ПРОЦЕСС СТАНОВЛЕНИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В США**

В статье представлен исторический процесс становления медиаобразования в американском обществе, описаны три основных этапа. Проанализированы предпосылки и условия, способствующие формированию медиаграмотности американских граждан, вклад некоторых медиапедагогов в развитие медиаобразования как отдельной области знаний.

**Ключевые слова:** медиаобразование; медиаграмотность; США; медиа; СМИ.

**N. Ju. Khlyzova**  
**Irkutsk, Russia**

### **DEVELOPING OF MEDIA EDUCATION IN THE USA**

The article deals with the media education in the American society. It summarizes its history, highlighting three significant shifts. It analyzes the conditions demanding to form media literacy of Americans, some researchers' works to develop media educational movement as a whole.

**Key words:** media education; media literacy; USA; mass media.

Современный век наполнен медиа информацией. Часто СМИ транслируют сомнительные модели поведения и ложные социальные ценности, манипулируют сознанием реципиента. Формирующаяся личность рискует попасть под ма-

нипулятивное воздействие медиа. Возникает острая необходимость формирования новых качеств личности, способной адекватно воспринимать, противостоять и критически оценивать получаемые медиа сведения.

Как известно, американская киноиндустрия, телевидение, пресса, интернет-ресурсы имеют широкое распространение, мировую популярность, доминирующую роль в обществе. Поэтому обучение медиа грамотности в США является приоритетной областью образования.

По мнению американского медиапедагога Эвы Ворд-Барнес (Ava Ward-Barnes) исторический процесс становления медиаобразования можно поделить на три этапа: инъекционный, провокационный и переходный [Ward-Barnes, 2010, с. 47].

Инъекционный период приходится на начало 20 века, связан с идеей защиты личности от СМИ. Зарубежные учёные Теодор Адорно (Theodor Adorno) и Маршалл Маклюэн (Marshall McLuhan), активно критиковавшие средства массовой информации, оказали большое влияние на становление медиаобразования в США. Социальные исследования были посвящены технологическим манипулированиям сознанием личности. В центре внимания были рецессивные социально-антропологические изменения. Ученые выступали критиками отмирания рефлексии, пропаганды стереотипных реакций и мысленных клише, связанных с развитием массовой индустрии культуры, со стандартизацией отношений в монополистическом управляемом обществе.

Американский исследователь Джон Калкин (John Culkin) продвигал идею необходимости изучения СМИ в школах, включения медиаобразования в учебные планы. В своих работах он отмечал, что молодое поколение тратит больше времени за просмотром телевизора, чем за учебой [Culkin, 1967, с. 70]. В то время как фильмы, радио и ТВ имеют большое влияние на сознание формирующейся личности. Он полагал, что даже детей дошкольного возраста нужно обучать критическому мышлению. Педагогический потенциал средств массовой информации должен улучшить систему образования и способствовать развитию личности учащихся.

К 1960-м радио и телевидение набирали обороты в США и становились более популярными. Стало появляться много вопросов и претензий к качеству транслируемой информации. Медиаобразование перешло в самостоятельную область знаний, целью которой является формирование медиаграмотности граждан. В этот период начинается экспериментирование с форматами обучения с помощью средств массовой информации. В Нью-Йорке появляется первая студия телевизионного производства в начальной школе, экспериментальная телевизионная станция в средней школе, направленные на обзор механизмов работы СМИ. Педагоги Айовы включают медиаобразовательный компонент в учебный план, выделяют отдельный модуль, посвященный критической оценке СМИ учащимися. Начинают работать разнообразные курсы, внедряются программы для формирования медиаграмотности населения. ЮНЕСКО была одной из первых крупнейших организаций по защите от манипулятивного влияния СМИ и формирования медиаграмотности личности СМИ [Kubey, 2003, с. 355].

Несмотря на нововведения, не все родители и педагоги сосредоточились на защите от влияния СМИ. Учебные усилия по-прежнему были направлены на обучение основным предметам, в приоритете были классические тексты. Содержание средств массовой информации того времени многие не считали достойными обучения. Но, поскольку СМИ увеличивали свое влияние в американской культуре, всё больше педагогов использовали инъекционную модель формирования медиаграмотности учащихся.

Согласно этой модели медиа аудитория рассматривалась чистым реципиентом, впитывающим любую представленную информацию. А медиа информация часто расценивались низко нравственной и бескультурной. Именно поэтому многие педагоги поощряли учащихся избегать (вместо оценивать и понимать) отрицательные влияния средств массовой информации. Некоторые сторонники этой идеологии дифференцировали СМИ на хорошие и плохие в зависимости от эстетической и художественной ценности. «Хорошие» СМИ считали достойными просмотра, а «плохих» советовали избегать (Thoman, 1990). По мнению Чен Г. М., несмотря на бурное развитие области медиаобразования в этот период,

медиа информация недостаточно освещалась на занятиях, не формировался навык анализа и критического мышления [Chen, 2007, с. 94].

Следующий этап в становлении медиаобразования в США – этап признания (The Facing-It Stage).

В 1970-х инъекционный подход становился менее эффективным, граждан поглощали средства массовой информации. Телевизоры стали основным предметом домашнего обихода. К 1978 у 98% американских семей был телевизор [Television History, 2009]. Всё больше людей подвергали сомнению медиа информацию. Развитие критического мышления относительно средств массовой информации стало популярным по всей стране. Степень недоверия к СМИ возрастала. Зрители задавались вопросами о достоверности медиа информации, о действительности сведений и о личных интересах СМИ.

На этом этапе пришло понимание, что степень распространения СМИ и их роль в обществе не удержать и не уменьшить, что спрятаться и защититься от них невозможно. А вот интерес людей, в частности детей, к СМИ мог быть использован как инструмент мотивации к обучению. Средства массовой информации вновь оказались на занятиях, но не так, как надеялись сторонники медиаобразовательного движения. Некоторые преподаватели включали поп-песни и фрагменты из фильмов как часть своих уроков по традиционным предметам. Тем не менее, противоречивые медиатексты, требующие критической оценки, такие как пропаганда сексизма и расизма, не были предметом изучения в классе.

В качестве вне учебной деятельности в государственных школах сформировалась церковная группа, которая организовала занятия для взрослой аудитории «Обучение телевизионной осведомленности» (Television Awareness Training). Занятия проходили в течение десяти недель в церквях и общинах. Уроки были сосредоточены на рекламе, новостях, использовании детьми средств массовой информации и таких проблемах, как насилие, распущенность и стереотипы. Не основательно именно этот курс считается предшественником современных программ формирования медиаграмотности [Center for Media Literacy, 2009].

Общий взгляд на формирование медиаграмотности личности улучшился к концу 1970-х годов, когда Бостонский университет присоединился к Департаменту здравоохранения, образования и социального обеспечения и Управлению образования США с целью создания программы для муниципальных школ под названием «Телевизионная грамотность: критические навыки просмотра телевидения». «Этот проект должен был генерировать учебные планы, основанные на целях медиаобразования, но не был реализован должным образом [Kubey, 1998, с. 61]. Губернатор штата Висконсин Уильям Пэкстон раскритиковал правительство, назвав выданный грант на проект расточительным и одолженным «друзьям» в Бостонском университете. Затем Рональд Рейган был избран президентом, спустя шесть месяцев 51 исследовательских проектов были закрыты [там же, с. 62]. Таким образом, местные и федеральные правительственные силы препятствовали продвижению «Телевизионной грамотности: критического восприятия телевидения» и потенциального распространения медиаграмотности вместе с ним. Несмотря на оппозицию в отношении медиаобразования, всё больше людей и организаций начали пропагандировать обучение по формированию медиаграмотности. В 1975 году Национальный совет преподавателей английского языка (NCTE) распространил заявление, в котором поддерживалась медиаграмотность. В нем Совет призвал учителей подготовить студентов к информации, которую они получают из средств массовой информации [Lacina, 2006, с. 120]. В 1980-х вопросы формирования критического мышления получили значительное внимание общества, концепция формирования медиаграмотности стала популярной.

Переходный этап (The Transitional Stage) начался в 1980-х годах. В эфире телевидения развлечения и правительственные программы вытеснялись рекламой, количество которой резко увеличилось. Позже был создан отдельный канал, предназначенный исключительно для продажи продуктов (The Home Shopping Network). Этот фактор безусловно увеличивает необходимость общества в формировании медиаграмотности (Chen, 2007, с. 99). Настал век рекламы. СМИ эффективно продвигали товар, заставляя граждан скупать продукцию и создавая

потребительское мышление. Сложившаяся ситуация стала новым вызовом для медиаобразования. К 1990-м годам движение медиаобразования получило импульс к развитию, появились многочисленные организации по формированию медиаграмотности, проведены различные исследования. Не было сомнений в необходимости программ по медиаобразованию. Больше внимания уделялось развитию критического мышления опосредованных сообщений вместо традиционного ограждения или защиты от негативных воздействий медиа.

В 1992 году в институте Аспена была проведена первая национальная конференция лидеров по медиаграмотности («National Leadership Conference on Media Literacy»), на которой был внесен значительный вклад в процесс внедрения медиаобразовательного контента в образовательную систему США наряду с укреплением и определением медиаобразования как самостоятельного движения [Ward-Barnes, 2010, с. 52].

Совет Карнеги по развитию подростков опубликовал важную статью под названием «Великие переходы: подготовка молодежи к 21 веку» (1995). В ней исследователи указали на важность критического мышления, необходимость противостоять медиа сообщениям, циркулирующим в обществе.

Еще одним примечательным шагом в процессе становления медиаобразования было принятие решения федерального правительства о противостоянии распространения наркотиков среди молодежи Америки. В 1995 году на встрече с Управлением национальной политики в области контроля над наркотиками, созванной в Белом доме, медиаграмотность была выдвинута как часть национальной политики по предотвращению употребления наркотиков среди молодежи. Правительство США полагало, что СМИ пропагандируют употребление наркотиков детьми [Considine, 2002, с. 7].

В течение этого времени появился ряд медиаобразовательных организаций, включая «Партнерство в области медиаобразования» (The Partnership for Media Education) в 1997 году и Альянс медиаграмотной Америки (The Alliance for a Media Literate America) в 2000 году [The Center for Media Literacy, 2009]. Все

эти организации сыграли важную роль в объединении родителей, учителей, активистов и в продвижении идей, способов формирования медиаграмотности.

Хотя исторически необходимость формирования медиаграмотности долго не получала широкого признания, процесс становления медиаобразования в Соединенных Штатах показывает, что количество проведенных исследований и учебных программ по медиаобразованию со временем значительно выросло. По мнению Эвы Ворд-Барнес, несмотря на этот рост, по сравнению с другими англоязычными странами, медиаобразование в США отстает и требует дальнейшего развития [Ward-Barnes, 2010, с. 53].

### **Библиографический список**

1. *Адорно Т.* Эстетическая теория / Т. Адорно. – М.: Республика, 2001. 526 с.
2. *Culkin J. M.* A Schoolman's Guide to Marshal I McLuhan // Saturday Review, L., 1967. P.51-53, P. 70-72.
3. *Chen G.M.* Media (literacy) education in the United States. / G.M. Chen // China Media Research, 3(3), 2007. P. 87-103.
4. *Considine D. M.* Media literacy: National developments and international origins / D.M. Considine // Journal of Popular Film and Television, 30(1), 2002. P. 7-16.
5. *Kubey R.* Obstacles to the development of media education in the United States / R. Kubey // Journal of Communication, 48, 1998. P. 58-69.
6. *Kubey R.* Why U.S. media education lags behind the rest of the Englishspeaking world. / R. Kubey // Television and New Media, 4(4), 2003. P. 351-370.
7. *Lacina J.* Media literacy and learning. / J. Lacina // Childhood Education, 82(2), 2006. P. 118-121.
8. *Levinson P.* Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium. – N.Y. Routledge, 1999. 240 p.
9. Television History: The First 75 Years / Television facts and statistics – 1939 to 2000. Retrieved December 16, 2009, from <http://www.tvhistory.tv/facts-stats.htm>
10. The Center for Media Literacy. / History of media literacy in the USA – Decade by decade. Retrieved January 30, 2010, from [http://www.medialit.org/reading\\_room/rr2.php](http://www.medialit.org/reading_room/rr2.php)
11. *Thoman E.* New directions in media education. Paper presented at the international Conference of the University of Toulouse, France. Retrieved July 31, 2009, from [http://www.medialit.org/reading\\_room/article126.html](http://www.medialit.org/reading_room/article126.html).

12. *Ward-Barnes A.* Media Literacy in the United States: A Close Look at Texas / A. Ward-Barnes // Thesis, Georgia State University, 2010. 144 p.

### **References:**

1. Adorno T. (2001). *Esthetic theory* / T. Adorno. – M.: Republic, 2001. 526 p. (In Russian).
2. *Culkin J. M.* (1967). A Schoolman's Guide to Marshal I McLuhan // *Saturday Review*, L., 1967. P. 70-72.
3. *Chen G.M.* (2007). Media (literacy) education in the United States. / G.M. Chen // *China Media Research*, 3(3), 2007. P. 87-103.
4. *Considine D. M.* (2002). Media literacy: National developments and international origins / D.M. Considine // *Journal of Popular Film and Television*, 30(1), 2002. P. 7-16.
5. *Kubey R.* (1998). Obstacles to the development of media education in the United States / R. Kubey // *Journal of Communication*, 48, 1998. P. 58-69.
6. *Kubey R.* (2003). Why U.S. media education lags behind the rest of the Englishspeaking world. / R. Kubey // *Television and New Media*, 4(4), 2003. P. 351-370.
7. *Lacina J.* (2006). Media literacy and learning. / J. Lacina // *Childhood Education*, 82(2), 2006. P. 118-121.
8. *Levinson P.* (1999). *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium*. – N.Y. Routledge, 1999.— 240 p.
9. *Television History: The First 75 Years* / *Television facts and statistics – 1939 to 2000*. Retrieved December 16, 2009, from <http://www.tvhistory.tv/facts-stats.htm>
10. *The Center for Media Literacy*. / *History of media literacy in the USA – Decade by decade*. Retrieved January 30, 2010, from [http://www.medialit.org/reading\\_room/rr2.php](http://www.medialit.org/reading_room/rr2.php)
11. *Thoman E.* (2009). New directions in media education. Paper presented at the international Conference of the University of Toulouse, France. Retrieved July 31, 2009, from [http://www.medialit.org/reading\\_room/article126.html](http://www.medialit.org/reading_room/article126.html).
12. *Ward-Barnes A.* (2010). *Media Literacy in the United States: A Close Look at Texas* / A. Ward-Barnes // Thesis, Georgia State University, 2010. 144 p.