

РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА медиаобразования школьников: цели стратегические и тактические

Татьяна Викторовна Машарова,
*профессор, ректор Института развития образования
Кировской области, доктор педагогических наук*

Маргарита Витальевна Кузьмина,
*преподаватель Института развития образования
Кировской области*

Образовательный процесс сегодня должен строиться с учётом особенностей развития современного информационного общества, для которого характерны насыщенность информационного пространства, поликультурность взаимодействующих языков и традиций, множественность медиатекстов и медийных форматов, циркулирующих в глобальном информационном пространстве, создаваемом современными средствами массовой коммуникации.

• *медиацентры* • *медийная информация* • *медиакультура* • *медийные материалы* • *аудиовизуальные технологии*

Задачи

Особенность современной школы — ориентация на работу с традиционными текстово-графическими ресурсами. В то же время школьники активно используют медиатексты разнообразных форматов: аудио-, видео, графических, взаимодействуя в конкретной сфере без ограничения географическими или ведомственными рубежами. Основная задача медиаобразования — подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека её понимать, осознавать последствия её воздействия на психику, овладеть способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств и современных информационных технологий.

В мировой медиапедагогике преобладают воспитательные, обучающие и креативные подходы к использованию возможностей медиа. В обобщённом виде главные этапы реализации большинства медиаобразовательных подходов выглядят следующим образом: получение знаний об истории, структуре, языке и теории медиа (образовательная составляющая); развитие восприятия медиатекстов, «чтение» их языка, активизация воображения, зрительной памяти, развитие различных видов мышления (в том числе — критического, логического, творческого, образного, интуитивного), умений для понимания идей (нравственных, философских проблем и пр.), образов; развитие креативных практических умений на материале медиа.

Каждый из этих этапов можно воплощать в жизнь автономно, однако тогда медиаобразование будет, скорее всего, однобоким: в одном случае на первый план выйдет информация, в другом — критическое мышление, а в третьем — практические умения.

Также как и медиапедагоги разных стран, на занятиях мы используем различные способы учебной деятельности: дескриптивный (пересказ медиатекста, перечисление действующих лиц и событий); личностный (описание отношений, эмоций, воспоминаний, которые вызывает медиатекст); аналитический (анализ структуры медиатекста, языковых особенностей, точек зрения); классификационный (определение места произведения в историческом контексте); объяснительный (формирование суждений о медиатексте в целом или о его части); оценочный (заключение о достоинствах медиатекста на основе личностных, нравственных или формальных критериев).

Школьники должны получить удовольствие от общения с медиакультурой, уметь интерпретировать медиатекст (анализировать цели автора/агентства, устно и письменно обсуждать характеры персонажей/действующих лиц и развитие сюжета), связывать его со своим опытом и опытом других (оценивать факт и мнение, выявлять причину и следствие, мотивы, результаты поступков, реальность действия и т.д.), реагировать на произведение (написать рецензию, минисценарий и т.д.), понимать культурное наследие (видеть личные, исторические, национальные, всемирные перспективы), приобретать знания (знакомиться с основными видами и жанрами медиакультуры, определять развитие какой-либо темы в различных жанрах, в различные исторические эпохи, изучать основные направления стилей, приёмов, творчество выдающихся мастеров), владеть критериями и методами оценки медиатекста и т.д.

Формирование этих умений способствует пониманию аудиторией места медиакультуры в обществе, так как она связана с социаль-

ными, политическими, экономическими, религиозными и интеллектуальными аспектами жизни людей; развитию эстетического сознания (восприятия, вкуса), творческой индивидуальности ученика.

Ориентация на требования ФГОС и федеральных законов

На протяжении многих лет наш Институт развития образования активно интегрирует медиаобразование в систему повышения квалификации работников образования: во время курсовой подготовки, на межкурсовых мероприятиях, форумах, конкурсах. Новое поколение ФГОС включает требования обеспечить в школах возможность записи, обработки изображений и звука; аудио-, видео- сопровождение учебных проектов; использование интернет-ресурсов в аудиторной и самостоятельной учебной деятельности; повышать медиа- и информационную культуру учащихся на кружковых занятиях, факультативах, в учреждениях дополнительного образования детей, медиacentрах, сетевых образовательных сообществах.

Новый закон «Об образовании в РФ» рассматривает аудиовизуальные и аппаратно-программные средства, компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, печатные, электронные образовательные, информационные ресурсы, другие материальные объекты, необходимые для образовательной деятельности. В Национальной образовательной инициативе «Наша новая школа» подчёркивается важность воспитания поколения, способного грамотно воспринимать медийную информацию, адекватно её оценивать и рационально использовать, уметь создавать медиатекстовые продукты, имея при этом необходимые знания о законах звуко-зрительного восприятия, кросс-культурной коммуникации, обладать медиаконвергентными навыками, понятием инфоэтики и быть готовыми к безопасному использованию

медиапродукции для повышения уровня своей образованности.

Актуальность проблемы формирования медиакультуры учащихся и медиакомпетентности педагогов обусловлена тем, что возрастает объём медиатекстовой информации, увеличивается число пользователей с несколькими точками доступа в Интернет (стационарный компьютер, ноутбук, планшетный компьютер, сотовый телефон), что позволяет подросткам непрерывно находиться в информационном поле, используя «облачные» технологии, получая разного рода медийную информацию, воспринимая культуру через призму экранного пространства.

Говоря об информатизации современного образования, мы предполагаем мобильность всех участников образовательного процесса. Школьники, студенты, преподаватели, родители, руководители системы образования должны иметь постоянный доступ к образовательным ресурсам и сервисам: в учебном заведении, дома, в дороге, поскольку основные тренды сегодняшнего медиатизированного общества связаны с эффектами технологической сингулярности в современном компьютеринге (обмене информации слов, цифр или того и другого одновременно), при котором происходит стремительный переход от поколения «Learning» к поколению «E-Learning» и далее — к поколению «M-Learning» и «V-Learning».

Следовательно, развитие медиаобразования как стратегии формирования медиакультуры учащихся и медиакомпетентности педагогов — актуальное и необходимое направление современного образования. Медиаобразование связано с изучением закономерностей массовых коммуникаций, принципов конструирования аудиовизуального экранного пространства, обучением созданию аудиовизуальных медиатекстов, что развивает информационно-коммуникативные и кросс-культурные компетентности, формирует совершенно новый уровень медиавосприимчивости.

В современном российском образовании в условиях новых ФГОС прослеживаются следующие варианты интеграции медиаобразования: введение специального предмета или факуль-

тативных курсов в школах, интеграция элементов медиаобразования в общеобразовательные предметы или в дополнительное образование.

Содержание работы с медиапедагогами

Основой для интеграции медиаобразования в образовательный процесс в Кировской области послужило внедрение с 2006 года в качестве инновационного регионального компонента в практику работы школы учебного курса «Основы проектной деятельности». Этот учебный предмет открыл возможности для изучения в школе основных закономерностей массовых коммуникаций, создания аудиовизуальных медийных материалов.

Институт развития образования ведёт очные, очно-дистанционные, дистанционные курсы, летние методические лагеря, в программе которых — лекции и практические занятия, связанные с развитием медиакомпетентности педагогов. Методика внедрения аудиовизуальных технологий в образование изучается в творческих лабораториях. Ежегодно проводим конкурсы для педагогов и школьных команд, разрабатывающие авторский образовательный мультимедийный контент: конкурсы цифровых образовательных аудиовизуальных материалов, творческих работ, выполненных на компьютере, интерактивных материалов образовательных блогов, школьной прессы. Подготовка и участие в конкурсах и сетевых образовательных интернет-сообществах объединяют педагогов при презентациях в Сети портфолио медийных достижений, видео, графики, подкастинга, презентаций.

Научными консультантами медиаобразовательных проектов стали преподаватели Института развития образования Кировской области и его партнёров: МГГУ им. Шолохова (г. Москва),

Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, ЮНПРЕСС (г. Москва) и т.д.

Ежегодные семинары и форумы школьных СМИ, которые проводит институт, также связаны с развитием медиаобразования в школах и методической поддержкой деятельности школьных самодельных информационных медиацентров. Медиаграмотность помогает молодому человеку активно использовать возможности телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, других сетевых и локальных информационных ресурсов.

Информационная поддержка (телевидение, радио, пресса, фото, кино, блог) деятельности детских образовательно-оздоровительных лагерей России — это комплексный проект Института, в рамках подготовки к которому проводится обучение, консультации, вебинары, сетевая поддержка, виртуальные школы, конкурсы школьных команд по различным направлениям медиа. Подготовленные областные команды юных «медийщиков» под руководством педагога выезжают в детские центры «Орлёнок» (Туапсе), «Смена» (Анапа), «Команда» (Московская область) для освещения работы этих центров.

Выездные команды области выпускают газеты, радио- и телепередачи, снимают фильмы, делают блоги, привлекая к этой деятельности других участников смен, проводят для них мастер-классы по подготовке новостных материалов, инфотейменту. В 2013 году было положено начало проекту коллективного создания сетевой газеты «Технопарк юных» в течение всего года. Для этого команды готовили группу «внештатных» корреспондентов, которые пишут свои заметки из разных городов; аналогичный проект готовится и по коллективному созданию сетевых телепередач. Это стало возможным благодаря проведённым семинарам и курсам повышения квалификации педагогов по применению «облачных» технологий в дистанционном медиаобразовании.

Функции центра медиакомпетентности

Важным стратегическим направлением развития медиаобразования стала организация центра медиакомпетентности «Академия медиаобразования» и медиацентров в школах. Активное взаимодействие с различными социальными институтами (образование, культура, здравоохранение, СМИ), интеграция результатов этих взаимодействий в метапредметную сферу — одна из важнейших функций центра медиакомпетентности.

Среди задач центра — консолидация деятельности различных социальных институтов по формированию медиакомпетентности педагогов и медиакультуры учащихся; анализ, синтез и внедрение различных форм, методов, приёмов разработки медиакомпетентности педагогов и медиакультуры учащихся, классификация показателей профессиональных знаний и умений, необходимых педагогам для медиаобразовательной деятельности; применение технологии проведения литературно-имитационных, театрализованно-ситуативных, изобразительно-имитационных, интегрированных медиаобразовательных занятий; дискуссионных медиаклубов, медиатек и медиацентров; технологических принципов медиаобразования в зарубежных странах; создание авторских медиатекстов, проведение конкурсов и форумов по этим направлениям.

Выстраивая стратегию медиаобразования региона, мы ориентируемся на два ключевых вектора: формирование медиакультуры и обеспечение медиабезопасности молодого поколения. Оба вектора требуют специальной программы комплексных действий, направленных на воспитание грамотного, активного, здорового поколения, медиакомпетентности педагога в медиатизированном обществе. Одна из составляющих программы — организация медиацентров в школах.

Медиацентр в школе — это среда, в которой формируются медиа- и информационная культура учащихся. Изучаются лучшие примеры современных профессиональных образовательных медиа, внедряются новые медиа в образовательную деятельность, создаются собственные качественные и развивающие медийные продукты.

Перспективы интеграции в медийное пространство региона

Деятельность медиацентра связана с рядом направлений в сфере медиа:

- телевидение: школьное, кабельное, интернет-вещание школы, населённого пункта, общественное телевидение, выход на профессиональные телевизионные каналы с образовательными программами для детей и юношества;
- образовательное видео разных жанров: игровые, документальные, научно-популярные, социальные ролики, фотофильмы, анимация (рисованная, компьютерная, натурная, Stop-Motion, 3D анимация);
- учебное видео (слайд-видеолекции, видеолекции-хроники, постановочные студийные и мультимедийные видеолекции, учебные видеоклипы, скринкасты, видео-слайдкасты, анимации-сканографии, тематические видеокейсы, видеорешетки, видеозаписи мастер-классов, видео презентации педагогического опыта, видео презентации школ);
- радио, подкастинг, в том числе интернет-подкастинг;
- фото, включая создание фотогазет, коллажей, фотоквестов, фотоблогов;
- сайты, блоги, вики, социальные образовательные среды;
- газеты (интернет газеты, блог-газеты), альманахи, журналы, участие в создании которых формируют медиаконвергентные умения современного школьника;
- школьная медиатека, интегрированная с традиционной библиотекой, как школьный информационный центр.

В медиацентре используются как профессиональные ресурсы медиатеки (включая библиотеки), так и опирающиеся на этот опыт самостоятельные ресурсы школьников.

Статус медиацентра школы:

- структурное подразделение под руководством администрации школы, сотрудники которого представляют несколько направлений медийной деятельности;
- сотрудник школы, работающий под руководством администрации школы: ведёт несколько направлений медийной деятельности;
- команда педагогов школы, внедряющих мультимедиа в рамках урочной и внеурочной, проектной деятельности, предметов регионального и школьного компонентов (к примеру, «Основ проектирования», «Основ проектной деятельности», «МХК», «Краеведения»);
- сотрудники, работающие в учреждениях дополнительного образования детей по внутриотраслевым договорам;
- образовательное сообщество (учителя — администрация школы — родители — учащиеся — выпускники — социум).

Работа школьного медиацентра распространяется на все возрастные категории участников образовательного процесса и может быть интегрирована в урочную и внеурочную деятельность, в том числе в деятельность школьного или детского образовательно-оздоровительного лагеря.

Школьный медиацентр формирует совокупность установок, знаний, умений, навыков, которые позволяют определять, когда и какая информация требуется, где и как её можно получить, как следует её оценивать, систематизировать и использовать в соответствии с правовыми и этическими нормами. Медиацентр — это среда, помогающая самореализации педагогического сообщества в медийном пространстве.

Системно-деятельностный подход в работе медиацентра

Можно выделить общий алгоритм деятельности детско-взрослой «команды»

школьного медиacentра, с позиций которого рассматривается создание разнообразных медиатекстовых продуктов:

- чтение, анализ, обсуждение, оценка готовых качественных медийных продуктов, ознакомление с терминологией медиаобразования;
- упражнения по преобразованию медиа из одного вида в другой, детализация проекта по созданию медиапродуктов, поиск идей, разработка сценария планируемого медиатекста;
- планирование и моделирование медийного продукта, создание раскадровок, в том числе с применением графических структур (эскизы, графы, кластеры, ментальные карты), изучение теоретических вопросов по теме, анализ вариантов практической деятельности, имеющихся и необходимых ресурсов;
- подготовка материалов: видео, фото, сканов, графики, инфографики, анимации, скринкастов, слайдкастов, звуков, музыки, шумов, футажей;
- детализация, анализ экранного медиатекста, выделение акцентов;
- создание собственного медиатекста с учётом теоретических знаний, практических умений и навыков, интересов и потребностей;
- монтаж (вёрстка) в программах по определённым правилам;
- анализ и самоанализ, экспертирование.

Технологии медиаобразования в детских оздоровительно- образовательных центрах

Для понимания общей концепции современного медиacentра рассмотрим медиахолдинговую модель, разработанную в детском образовательно-оздоровительном лагере юных журналистов Кировской области. Аналогичная модель может быть интегрирована в деятельности компьютерного лагеря, медиафорума, детского пришкольного летнего лагеря. Преимущества этой модели в том, что современное молодое поколение, активно применяющее различные медийные девайсы,

выстраивает систему внешних взаимоотношений при развивающейся внутренней самоорганизации и ответственности в команде сверстников. Среди задач такой смены, моделирующей школьный медиacentр, — развитие медиаконвергентных умений на мастер-классах специалистов различных сфер деятельности; приобретение участниками смены навыков общения с иностранной молодёжью, преодоление языковых барьеров в общении, изучение традиций других народов, кросс-культурных навыков при исследовании и применении новых нерусифицированных гаджетов, анализе иностранных медиа, сетевом международном медиапроектировании; развитие лидерских качеств, активной жизненной позиции современной молодёжи при организации медиахолдинговой командной деятельности; помощь подросткам в самоопределении, формировании жизненных ценностей.

В программу медиафорума, смены школьного, компьютерного или журналистского лагеря могут быть включены: мастер-классы специалистов, обучение мастерству в области телевидения, радио, фото, журналистики, рекламной деятельности, работы с информацией, веб-дизайна, интернет-технологий, медиасервисов, актёрского мастерства; мастерские педагогов: психологов, филологов, историков, экологов, философов; мастерские деятелей культуры и искусства: поэтов, художников, музыкантов, культурологов; практические задания из области телевидения, радио, фото, журналистики, работы информационных служб: написание статей, заметок, вёрстка газет, буклетов; съёмка и монтаж сюжетов о жизни лагеря, детей и взрослых; фотографирование, обработка фотографий, создание коллажей, квестов; звукозапись и работа радио, рекламного и информационного агентства; калейдоскоп культур: проведение иностранными волонтерами тренингов, мастер-классов, бесед о своей стране, её культуре, средствах массовой информации, он-лайн встречи с интересными людьми из других стран в формате вебинаров; развивающие,

деловые, познавательные игры и конкурсы: на общую эрудицию, на смекалку, фотокроссы, прочие игры, в которых ребята закрепляли полученные на занятиях знания; игры, конкурсы, шоу-программы, детские праздники, дискотеки, в том числе с применением современных мультимедийных технологий (аудио, видео, звук, анимация, слайд-шоу, другие мультимедиа).

Перспективы развития

Учитывая, что в 2012 г. Россия вышла в рейтинге ООН на 27-е место по уровню готовности к электронному правительству и информационному обществу, потребность в качественной подготовке профильных информационных и человеческих ресурсов весьма высока. Это было осознано ещё в 2009 г., когда министр связи и массовых коммуникаций в материале «С информацией, как с едой, надо быть осторожнее», отметил: «Мы считаем, очень важно как раз сейчас ввести специальную дисциплину. Называется «Медиаобразование». Суть — научиться вычислять для себя полезное и защищать себя от бесполезного. Обществу нужна некая информационная диета, чтобы определять, какие самые хорошие информационные ресурсы и как максимально сократить время пребывания в развивающемся медийном информаци-

УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЕМ

онном и виртуальном киберпространстве, получая при этом наибольшее количество необходимой информации»¹. Ответы на эти вопросы ребята должны находить в современном школьном медиацентре.

Повышение медиа- и информационной грамотности молодёжи — важнейшее направление деятельности школьных медиацентров в современном образовании, ориентированном на медиатизированное поколение. Высокий уровень медиа- и информационной культуры современного школьника позволяет развивать деловые и кросс-культурные коммуникации, сокращать разрыв между информационно бедными и информационно богатыми сообществами, странами, ответственно, безопасно и цивилизованно вести плодотворный диалог в медианасыщенной информационной среде. Сегодняшние юные «медийщики» через несколько лет будут работать в средствах массовой информации и других медиа. Какими они будут? Многое зависит от выбранной нами стратегии медиаобразования. **НО**

¹ <http://izvestia.ru/news/349635>