

Чумаколенко Н.А. Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Азии // Инновации в образовании. 2015. № 5. С.56-72.

Синтез медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Азии *

*Н.А. Чумаколенко,
Таганрогский институт имени А.П. Чехова
(филиал Ростовского государственного экономического университета)*

Аннотация. Статья посвящена практической реализации синтеза медиакритики и медиаобразования в процессе обучения школьников и студентов в странах Азии. В данном аспекте мы рассматриваем медиакритику, с точки зрения использования в области медиаобразования школьников и студентов в странах Азии, выполняющей критико-оценочное познание медийного содержания и актуальных проблем функционирования СМИ. Мы отмечаем, что для всех стран синтез медиакритики и медиаобразования находит много общего. Так, процесс синтеза медиаобразования и медиакритика в образовательных учреждениях Азии придают большое значение развитию аналитического/критического мышления у школьной и студенческой аудитории.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакритика, интеграция, медиаобразовательная модель, школьники, студенты, медиакомпетентность, медиатекст, Азия.

Synthesis of media criticism and media education in the learning process of pupils and students in countries of Asia

*N.A. Chumakolenko,
Anton Chekhov Taganrog Institute
(branch of Rostov State University of Economics)*

Abstract. Article is devoted to the practical implementation of the synthesis of media criticism and media education in the learning process of pupils and students in Asia. In this aspect, we consider the media criticism, in terms of use in the field of media education of pupils and students in Asia, performing critical and evaluative knowledge of media content and urgent problems of the functioning of the media and education. We note that for all countries in the synthesis of media criticism and media education is a lot in common. Thus, the synthesis process of media education and media criticism in the educational institutions of Asia attach great importance to the development of analytical / critical thinking in the school and the student audience.

Keywords: media education, media criticism, synthesis, schoolchildren, students, media literacy, media text, Asia.

** статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 14-18-00014 «Синтез медиаобразования и медиакритики в процессе подготовки будущих педагогов», выполняемый в Таганрогском институте управления и экономики.*

В последние годы в глобализированном мире резко возрос спрос на медиатексты разных видов и жанров. Глобальность процесса развития

медийной продукции связана, прежде всего, с их тиражностью, массовостью, доступностью. *Медиаатекст (media text, media construct)* – сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.) [5, с.18]. Так в процессе развития нового средства воздействия на личность человека и ее формирование с помощью медиаатекста выделилась целая отрасль в педагогической науке – медиаобразование.

Современный мир обладает обширным спектром разного рода медиапродукции, доступной для школьника и студента. Для школьников и студентов в период мировоззренческого и творческого самоопределения юношей и девушек необходимо многообразие форм образования, независимо от того, станут ли молодые люди профессионалами в той или иной области. Это время роста их познавательных стремлений, разнообразной самостоятельной художественной деятельности, частой смены творческих интересов. Это даст возможность старшеклассникам участвовать в дискуссиях и спорах, проявлять творческие стремления, искать сферы применения художественных интересов, выдвигать смелые идеи, и тем самым утвердить себя духовно свободной инициативной и оригинально мыслящей личностью [7].

Крупнейшим событием не только для стран Азии, но и для международного медиаобразования стала всемирная научно-методическая конференция «Summit 2000: Children, Youth and the Media – Beyond the Millennium», с успехом прошедшая в Торонто в мае 2000 года. В этом форуме приняли участие делегаты 54 стран, включая Канаду, США, Францию, Великобританию, Германию, Италию, Австралию, Китай, Индию, Японию, Бразилию и Россию. Главными целями саммита его организаторы провозгласили поддержку эффективного медиаобразования школьников и студентов, стимулирование распространения лучших учебных программ и практических методик, сближение позиций деятелей медиасферы (журналистов, продюсеров, дистрибьюторов и авторов фильмов, телепередач и др.) и медиаобразования (педагогов начальной, средней и высшей школы). Были намечены базовые направления для инноваций, для успешного развития медиа и медиаобразования в новом тысячелетии. Бесспорно, саммит дал уникальную возможность для контактов между деятелями медиа и медиаобразования различных стран, научных школ и технологических подходов. Многие из них определили стратегию своих будущих совместных проектов в области прессы, радио, телевидения, кино, видео, Интернета и научных исследований в области педагогики [5, с.85].

Современные Азиатские школьники и студенты, как и во всем мире, увлечены медиакультурой, причем, предпочтения старшеклассников и

студентов почти не отличаются от запросов взрослой аудитории. Последствия такой увлечённости неоднозначны. С одной стороны, средства массовой информации расширяют общую информированность учащихся, углубляя их знания, способствуют духовному росту, приобщают к культуре, искусству, формируют определённые нравственные оценки, передают социальный опыт. С другой стороны, медиа обладают возможностями манипулировать сознанием, создавать пространство для пустого времяпровождения, навязывая те или иные ущербные стереотипы мышления и поведения [1].

В последнее время наметилась положительная тенденция – синтез медиаобразования и медиакритики (анализирующей конкретные медиатексты и актуальные проблемы функционирования средств массовой информации в социуме). На наш взгляд, именно медиакритика (в прессе и Интернете), обращенная не только к медиапрофессионалам, но и к широкой аудитории, может осуществить так называемое «пожизненное» медиаобразование самых широких слоев общества [6, с.136].

Медиакритика (*media criticism*) – область журналистики, творческо-познавательная деятельность, в ходе которой осуществляется критическое познание и оценка социально значимых, актуальных творческих, профессионально-этических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону медийного содержания; это общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиатекстов, жанрово-стилевых форм их воплощения оказывается влияние на восприятие медийного содержания, на представления о материальном и духовном мире, формирующиеся в сознании аудитории [2]. Близкое понятие – *кинокритика* (*film criticism*) [5, с.18].

Медиакритика изучает и оценивает не только творчество создателей медийных произведений и содержание медиатекстов, но также комплекс многообразных взаимоотношений печатных и электронных медиа с аудиторией и обществом в целом. А предмет медиакритики – многоаспектное социальное функционирование медиа, так как именно медиакритика обеспечивает выражение существующего в обществе разнообразия взглядов на медиа и медиакультуру, что способствует выработке согласованных общественных позиций по отношению к ключевым аспектам социального функционирования средств массовой коммуникации – через диалог, сопоставление и конкуренцию различных точек зрения, их публичную критико-рациональную проверку на истинность [1, с.32].

По мнению Е.А.Бондаренко современная медиакритика, выступает главным союзником медиаобразования. Медиакритика – своеобразный рупор процесса рефлексии самих медиа, одновременно самоанализ и размышление по поводу наиболее значимых проблем в области медиакультуры и информационного обмена. Однако медиакритика существует как вполне самостоятельное и автономное явление; делая ее материалы областью анализа и интерпретации в медиаобразовании, задавая парадигму диалога и интерактивности в этой области, мы и получаем союзника медиаобразования. Если вспомнить историю медиаобразования, мы найдем немало примеров того, как информационного или эстетического «врага» преобразовывали в «союзника», делая издание, фильм, рекламу и т.п. материалом для исследования [5, с. 26].

В начале XXI века в ведущих странах мира заметно возрос интерес к медиаобразованию. В Азии это относительно молодая, но быстро развивающаяся отрасль учебного знания. В данном направлении проведены исследования и написано множество статей по различным аспектам. Ведущие медиаобразовательные модели Азии в целом знакомы с западными и, в частности, - с англоязычными странами, что связано с теоретической опорой на ведущие модели зарубежных медиапедагогов. Однако вопрос состоит в том, есть ли весомые различия в культуре, наследии, убеждениях, ценностях, политике в области образования, а также учебных программах и педагогике? Опираются ли педагоги Азии в разработке и реализации медиаобразования на западные модели, или они разрабатывают свои собственные? [11, p.9].

В современной глобализации выделяют как положительные, так и отрицательные аспекты, так как глобальная медиакультура может в ряде случаев превратить молодых зрителей / слушателей в пассивных потребителей, не способных к критическому осмыслению. Есть и положительные возможности диалога с информационными и коммуникативными технологиями (ИКТ) и новыми средствами массовой информации [Feilitzen & Carlsson, 2002; Tacchi, 2004]. Вовлечение молодежи в мир масс-медиа охватывает широкий спектр деятельности - от изучения технических, производственных, практических навыков, до создания и анализа медиатекста, что тесно связано с процессами медиаобразования, формирования медиакомпетентности и аналитического/критического восприятия (медиакритики).

Однако в Индии, например, процесс медиаобразования пока не выступает весомым направлением в обучении школьников и студентов, не находит в заметном объеме отражение в школьном и профессиональном обучении (колледж, университет и т.д.). В целом

процесс медиаобразования обычно проходит в форме рабочих совещаний, семинаров, реже как учебный предмет в школе, входящий в учебный план. Это связано с целым рядом факторов влияющих на развитие всей образовательной системы Индии.

Слабому уровню медиаобразования школьников и студентов в Индии способствует низкий социально-экономический статус обучающихся, кастовость общества, недоступность для широких масс современных средств масс-медиа. Одной из главных проблем развития медиаобразовательной системы Индии выступает нехватка квалифицированных, медиакомпетентных педагогов. Многие педагоги отказываются понимать современные медиатехнологии. Большинство медиапедагогов - «самоучки», которые сами не в состоянии аналитически воспринимать медиатекст. Большинство медиапедагогов не изучали принципы медиаобразования и не имеют никакого опыта работы в СМИ. Более того, медиаобразование пользуется низким приоритетом в учебных заведениях.

Другим отрицательным фактором, повлиявшим на дальнейшее развитие медиаобразование и его синтеза с медиакритикой, стало то, что образовательное радио и учебное телевидение для школьников и студентов в Индии не смогли добиться успеха в большом масштабе из-за апатии учителей. Большинство учителей считали пустой тратой времени просмотр или прослушивание образовательных теле/радиопередач.

Педагоги Индии объясняют свое отрицательное отношение к современным средствам масс-медиа следующим:

- медиа распространяют сцены насилия, секс, агрессивное поведение и антиобщественные ценности;
- медиа поддерживают богатых и сильных;
- медиа выступают агентами неокolonизации;
- медиа унижают достоинство женщин;
- современные средства масс-медиа убивают традиционные, народные формы СМИ;
- медиа используются для политической власти;
- медиа тратят время и деньги человека;
- образ молодежи испорчен в современных масс-медиа;
- влияние медиа на человека должно быть уменьшено [14, p.121].

В Индии видна четкую закономерность в образовательных программах СМИ, часть из которых начата по католической инициативе. Мощный толчок для развития медиаобразовательной системы дал глава католической церкви - Папа Иоанн Павел II, который в 1983 году призвал церковь развивать образование молодежи через медиа. Так в 1980-х годах

появились католические медиацентры, которые начали свои медиаобразовательные программы.

Один из основоположников индийского медиаобразования стал Ч. Калькутта, сделавший первые «пионерские» работы в медиаобразовании конца 1970-х годов. Его медиаобразовательная модель концентрируется на таких темах, как: сцены насилия в СМИ; социальные касты и СМИ; общество потребителей и средства массовой информации. Основной целью его модели было «пролить свет» на эти вопросы и ускорить социальное изменение в обществе по средствам воздействия масс-медиа. Идея состояла в том, чтобы создать активных пользователей медиакультуры, которые могли бы требовать и отстаивать свои социальные и политические права с помощью медиа.

Для индийской медиапедагогики основополагающими теориями медиаобразования стали модели английского медиапедагога Лена Мастермана (Len Masterman). Л. Мастерман видел основное содержание медиаобразования как влияние медиа с помощью «кодов», «семиотических систем» (условностей-символов), по его мнению, не только аудитория, но и сами педагоги, нуждаются в понимании того, что в современном мире нельзя прожить, не развивая критического мышления - как по отношению к медиатекстам, так и по отношению к самой действительности [13]. Медиа обладают собственным уникальным языком, направленным на широкую аудиторию, к которому необходимо критическое отношение участников. Эта модель была использована в индийских центрах медиакультуры в конце 1980-х начале 1990-х годов. Ч. Калькутта считал, что медиаобразование помогает повысить понимание школьниками и студентами принципов построения и работы СМИ, их организации виртуальной реальности, производства медиатекстов. Его медиаобразовательная модель была принята профессиональными журналистами, были созданы курсы повышения квалификации.

В 1990-е годы была попытка введения медиаобразования как отдельного предмета в школах и колледжах Индии. Она была сделана при спонсорской и грантовой поддержке университетов, где вводились курсы аудиовизуальной грамотности студентов. Основанием послужило расширение роли телевидения в жизни человека. Возникла необходимость формирования у молодых людей медиаграмотности / медиакомпетентности, критического отношения к медийным манипуляциям. Но тогда эта идея не материализовалась на должном уровне. Проблемой для внедрения стало место курса в учебном плане школы и колледжа, а также малая материальная поддержка образования. Вместе с тем, многие преподаватели осознавали необходимость данного

курса в обучении студентов, которые с легкостью и большим энтузиазмом контактируют с медиа.

В современной Индии очень многое делается для создания новой модели образования школьников и студентов. Благодаря помощи ЮНЕСКО и частных партнеров выделяется финансовая поддержка. Правительство Индии начинает выдавать лицензии телевизионным сообществам, неправительственным организациям, радиостанциям и т.д. На базе некоторых колледжей вводятся факультативные курсы повышения медиаграмотности студентов. Проводятся семинары по повышению уровня медиакомпетентности школьников, студентов и педагогов. Данные семинары организуют различные учреждения, такие как Центр культуры и связи в Чинае; Соединенный Теологический Колледж, Бангалор; Газеты по проекту образование «The Hindu, Нью-Дели; и Центр медиаисследований в Нью-Дели. Так же, проводятся обучающие семинары для родителей и общественных организаций [14].

В другом, качественно отличном формате происходит синтез медиаобразования и медиакритики в процессе обучения японских школьников и студентов. Согласно опросам средние контакты школьника и студента с масс-медиа для начальной школы составляет 2 часа 50 минут, для учащегося средней школы - 3 часа; и для учащихся старшей школы и студентов - 4 часа. При этом уровень владения видеоиграми у японских младших школьников составляет около 90%. В «Обзоре использования информационно-коммуникационного оборудования в средней и старшей школе», проведенном Министерством внутренних дел и коммуникаций Японии (MIC) сообщается об очень высоком темпе роста владения персональными компьютерами и сотовыми телефонами среди старшеклассников [16]. Таким образом, в данной ситуации, когда японские дети стали поистине медийным поколением, медиаобразование становится всё более важным.

В Японии существует четыре основных направления по формированию у подрастающего поколения медиакомпетентности: традиционные модели зарубежным медиапедагогов, разработанные в Канаде и некоторых европейских (как правило, англоязычных) странах; компьютерные медиацентры; традиционные средства массовой информации; центр по связям со средствами массовой информации (MIC), телевидение и интернет [16, p. 137].

Министерство образования, культуры, спорта, науки и технологии (МОКСНТ) Японии в настоящее время содействует распространению медиаграмотности школьников, студентов, родителей и педагогов для развития «мастерства эффективного пользования информацией» (Jyouhou, Katsuyou, Nouryoku); Однако усилия, направленные на обучение

школьников и студентов критическому отношению к средствам масс-медиа и введению в учебный план медиаобразования, не реализованы в полном объеме [16, р. 131], хотя в современных учебных программах вводятся новые принципы обучения. Так в 2002 году было открыто несколько классов младшей, средней школы с медиаобразованием в качестве обязательного предмета. Да и в целом экономическая политика Японии направлена на улучшение всей образовательной системы. Созданы некоммерческие организации (NHK), гражданские организации, компании, общественные организации, университеты, фонды и т.д., которые продвигают медиаграмотность для детей и молодежи.

Последние статистические данные показывают, что медиа играют важную роль в жизни населения Южной Кореи, особенно в плане получения информации, общения с другими людьми и культурами [11]. Процент использования Интернета среди жителей Южной Кореи старше 6 лет составляет 73,5%, в то время среди детей и молодежи в возрасте от 6 до 19 равняется 98,1%. Основные цели использования Интернета молодыми людьми следующие: получение информации (86,8%), электронной почты и онлайн-чат (85,1%), отдых (83,8%), коммерция, торгово-закупочные операции (48,7%), образование (46,3%), домашняя страница и блог (41%) и общественной деятельность (20,2%) [Национальное Интернет Агентство по вопросам развития Кореи, 2006]. Быстрый рост использования Интернета среди школьников и студентов связан с увеличением онлайн-игр и чатов, что вызывает беспокойство родителей и учителей негативными последствиями киберкультуры на их детей и учеников. В результате чего многие родители и педагоги заинтересовались медиаобразованием.

Как показывает новейшая история, обучение с помощью средств массовой информации в Южной Корее началось не так давно, связано это с бурным развитием медиатехники и систематического потребления школьниками и студентами медиатекстов разных видов и жанров. Медиаобразование в Южной Корее началось с середины 1980-х годов и изначально развивалось как форма критики по отношению к СМИ, но не выступало частью учебных планов образовательных учреждений. Главной целью был контроль в СМИ, аналитическое восприятие политической субъективности, отбор лучших учебных программ для детей и молодежи. Для решения поставленных задач, были созданы специализированные организации: YMCA, YWCA, которые занимались самостоятельной критикой в СМИ и их оценкой [12].

Однако уже с середины 1990-х годов в Южной Корее, наметились кардинальные перемены в медиаобразовании, что было частично связано с появлением энтузиастов, которые видели, какими могут стать

негативные последствия воздействия СМК на ребенка. Так, наивысший уровень практической реализации медиаобразования в Южной Корее можно обнаружить в программах обучения педагогов, которое поначалу было непоследовательным и несистематичным; кроме того, учителя не были медиакомпетентными по многим направлениям. В то же время, немногочисленные группы учителей в различных образовательных учреждениях страны выражали обеспокоенность и критиковали прессу, телевидение и радио за их негативные воздействия, говорили о необходимости критического отбора медиатекстов. Обеспокоенность была связана с многочисленными медийными сценами насилия, убийств и войн.

Так в Южной Корее назрела острая необходимость в воспитании медиакомпетентных школьников и студентов, которые будут защищены от негативного воздействия СМИ. В образовательных программах учебных заведений появилась новая дисциплина направленная на формирование критического отношения к средствам массовой информации. Кроме учебного мониторинга, публикации ежемесячных отчетов их аналитического разбора, в 1992 были предложены программы медиаобразования детей и молодежи. В 1996 году, многие из этих учебных заведений расширили медиаобразовательные программы с выходом не только на школьную и студенческую аудиторию, но и на подготовку родителей и квалифицированных педагогов. Такие медиаобразовательные программы включали «телевизионный дневник» для детей и родителей, «Videomaking», специальные лагеря для детей, молодежи, а также учителей, где они занимались созданием новостей, тиражированием, проводили обучающие семинары, создавали собственные медиатексты. Далее, они начали производить систематический телевизионный анализ; переход от простой оценки СМИ к критическому/аналитическому восприятию медиатекста.

Многие педагоги считают, что медиаобразование в школах должно быть пересмотрено наряду с признанием его важности, так как для школьников медиаобразование, играет важную роль в создании молодежных проектов, социальной работы и в других неформальных видах и методах обучения, отражающих разнообразные потребности детей и молодежи. Вот почему были созданы специальные центры (Нето, MediaСТ, Наја), где разрабатывается уникальный подход к медиаобразованию молодежи, сочетающий производство медиатекстов и его аналитическое восприятие детьми с низким уровнем жизни, которые нуждаются в эмоциональной и социальной поддержке со стороны государства [11]. На данном этапе в образовательном пространстве Южной Кореи стало повсеместное внедрение Интернета, как

основополагающей базы для медиакритики и медиаобразования и других форм медиа в процесс обучения школьников и студентов.

Для материковой части Китая, медиаобразование по-прежнему остается новым понятием, хотя в последние годы выступает активно развивающимся направлением. Это связано с бурным развитием и ростом медиаиндустрии, экономической и социальной политикой государства.

В 1960-1980-е годы медиа Китая развивались в условиях жесткого партийно-государственного контроля. Ведущими были коммунистические издания «Жаомынь Жибао» и др., была четкая линия, направленная на идеологическое воспитание коммунистического общества. Если рассматривать историческое развитие медиаиндустрии Китая, то, телевидение стало активно появляться в домах только в 1980-х, а в 1990-х появились первые персональные компьютеры. В современном Китае такие медиа как телевидение, персональный компьютер, радио и т.д. находятся практически в каждом доме, и многие молодые люди в возрасте до 18 лет, имеют доступ к сети Интернет. Телевизоры и компьютеры заняли доминирующее место в СМИ и жизни молодых людей, особенно в городских районах.

Широкий доступ к различным медиа усилил осознание того, что средства массовой информации оказывают огромное влияние на молодых людей, на их образование, ценностные ориентиры, формирование мировоззрений, обучения и социальное поведение.

Национальные усилия и регулирование китайской системы СМИ, в том числе телевидение, радио, кино и Интернет, контролируется на государственном уровне. Для создания благоприятной среды для молодежи принят ряд мер в разных сферах медиа: государственная администрация, радио, кино и телевидение (SARFT) призвали местные телеканалы развивать специальные телепередачи для обогащения жизни детей и молодежи, особенно при достижении подросткового возраста, чтобы дети могли получать удовольствие от просмотра телевизора, без вреда для их психического здоровья. Для защиты молодых людей от негативного воздействия медиа, ограждения ребенка от сцен насилия, преступности и передач для взрослых, SARFT запретили программы с участием преступников и лиц, запрещенных государством. В процессе отбора медиатекстов для детской аудитории отменяются программы, не признанные государством соответствующими для молодых людей. Например, показ программы «Meteor Garden» был остановлен в 2002 году из-за его тематики, вводящей в заблуждение подростков (к примеру, в этой передаче утверждалось, что возможно решение проблем с помощью насилия, а достижение материальных благ - нечестным путем).

Иностранные мультфильмы играют важную роль в жизни китайских школьников. В ходе опроса выяснилось, что из 20 самых популярных детских мультфильмов, 19 - иностранного производства [16]. Государственная администрация радио, кино и телевидения (SARFT) призвало поддержать отечественные мультфильмы, которые оказывают благотворное влияние на воспитание молодого поколения с его собственными ценностями. Таким образом, SARFT ограничили время воспроизведения зарубежных мультфильмов, отдавая приоритет китайским. Многие действия показали, что SARFT пытается создать позитивную медиасреду для молодых людей. Этот план был сделан с точки зрения улучшения идеологического воспитания школьников, подростков и их этического вкуса.

Современные СМИ Китая существуют в условиях бурно развивающихся рыночных отношений. Основные реформы и развитие китайской журналистики приходится на конец XX – начало XXI века. В это время появились новые типы периодики, изменился характер журналистского труда. На этом этапе развития медиаобразовательной системы страны пресса и телерадиовещание (CCTV) занимают особое положение в воспитании китайского общества с его коммунистическими идеалами. Так, Китайский информационный центр сети Интернет в 2007 опубликовал доклад по статистике Развития Интернета. В докладе было отмечено, что 137 миллионов китайцев в возрасте старше шести лет пользуются Интернетом более часа в день, из них 17,2% - несовершеннолетние дети. В этой связи руководство КНР надеется, что школы смогут оградить ребенка от негативного воздействия медиакультуры.

В то время как Государственная администрация радио, кино и телевидения успешно регулировала китайские телевизионные программы, появились более серьезные проблемы с использованием интернета. Так в 2002 году два подростка поссорились с персоналом интернет-кафе, в результате чего, подожгли его, в результате чего свыше 20 человек погибли, в основном - студенты. Этот инцидент привел к ужесточению государственной политики в области СМИ, большие усилия были направлены на управления Интернет-рынком страны в целом и предоставлении медиауслуг обществу. Государство ограничило развитие интернет-кафе и запретило посещение их несовершеннолетним гражданам. Начались исследования зависимости детей от онлайн-игр.

С точки зрения государственной политики в области медиаобразования и синтеза медикритики в Китае в настоящее время происходит процесс тотального регулирования средств массовой информации для обеспечения благоприятной медиасреды для молодежи.

Наверное, регулирование и ограничение доступа к программам, интернету в некоторой степени может быть полезным для школьников и студентов. Однако, учитывая массовый характер множества медиа, это весьма тяжелая и далеко не всегда эффективная работа.

В современном Китае до сих пор не сформулировано четкое определение того, что такое медиаобразование. Так, медиа на китайском языке имеет, по крайней мере, три версии перевода, не говоря уже о понятии медиаграмотности и медиаобразовании. Например, профессор китайского университета связи К. Чжан, выделяет медиакомпетентность как продолжение традиционной грамотности (аудирование, говорение, чтение и письмо), подчеркивая, что медиакомпетентность включает в себя умение понять различную медийную информацию, уметь критически анализировать медиатексты, использовать широкий диапазон информации в технологии производства медиатекста [10, с. 116-118].

В большинстве китайских школ учителя незнакомы с термином медиаобразование и не понимают принципов обучения на материале анализа медиатекстов. Несмотря на то, что медиаобразование не включено в школьную программу, в китайских школах есть предмет ИКТ-грамотность и информационные технологии. В последние годы наблюдается новая реформа учебных программ в Китае: вводятся синтетические курсы, обогащающие теоретические и практические традиционные знания о медиакультуре. На наш взгляд, это весьма полезно для развития медиаобразования в школах.

В 2007 году одно из самых авторитетных издательств Китая, направленных на детскую и молодежную аудиторию, начало новый проект по медиаобразованию школьников: ознакомление детей с основными понятиями медиаграмотности, объяснение основных категорий «что такое грамотность в СМИ», а также обучение выражению своих мыслей с помощью медиа.

Исходя из образовательной практики студентов в материковом Китае, медиаобразование выступало в основном как часть ученых дисциплин, а также их синтеза с журналистикой. Многие китайские педагоги ввели в свою учебную практику основные понятия и принципы медиаобразования, а также модели зарубежных медиапедагогов (Великобритании, Канады и США).

В настоящее время процесс формирования медиакомпетентности студентов в качестве селективного курса существует в нескольких университетах (Шанхайский университет Цзяо Тун и Шаньдун, Нанкинский педагогический университет). В этих университетах созданы исследовательские центры по медиаобразованию [Чжан, Шао, 2006; Се, 2004].

В 2002 году в Китае был проведен первый Международный форум по медиаобразованию, в нем участвовали медиапедагоги из Канады, Великобритании, Тайваня и Гонконга, а также были приглашены управленцы от Государственной администрации радио, кино и телевидения. Китайский университет связи поддерживает всестороннее общение с международным сообществом и вводит зарубежные теории по медиаобразованию в свою учебную программу. В последние годы, в университет систематически приглашаются зарубежные медиапедагоги с лекциями и семинарами. В 2004 году в университете состоялся первый выпуск студентов по специальности «Медиаобразование».

В конце 2004 года в Шанхае был проведен образовательный форум о роли медиа на развитие несовершеннолетних детей, в нем участвовали Коммунистический союз молодежи, Государственная администрация радио кино и телевидения Китая, Министерство образования Китая, Главное управление по делам печати и публикации Китая, Всекитайская Федерация женщин, а также Китайская академия социальных наук. Главной темой было обсуждение влияния медиа на человека и возможные вызовы для медиаобразования [10, с. 151].

Как и в большинстве азиатских стран, китайское медиаобразование изначально было разработано в качестве защиты школьников и студентов от негативных воздействий СМИ. Думается, медиаобразование в материковом Китае выступает перспективным направлением в деле обучения школьников и студентов, так как большое число учреждений культуры, связи с общественностью и некоммерческих структур активно развивают медиаобразовательную среду, а само медиаобразование признано на государственном уровне. Впрочем, для дальнейшего полноценного синтеза медиакритики и медиаобразования Китай должен пройти еще долгий путь от теоретического обоснования и необходимости введения в учебный план учреждений, до практической его реализации.

Для всех Азиатских стран характерно активное развитие медиакритики в Интернет-изданиях. Большую роль в формировании критического отношения школьников и студентов оказывают журналы, издаваемые профессиональными организациями журналистов и других творческих работников СМИ. В данном аспекте мы рассматривали медиакритику, с точки зрения использования в области медиаобразования школьников и студентов стран Азии, выполняющей критико-оценочное познание медийного содержания и актуальных проблем функционирования СМК и образования. На сегодняшний день весьма актуально теоретическое исследование журналистской медиакритики, изучение её развития и синтеза с медиаобразованием в странах Азии и ее роли в новых общественно-политических и экономических условиях.

Выводы. Масс-медиа оказывают громадное влияние на формирование личности школьников и студентов во всех странах. Результаты нашего исследования показали, что оценка роли потенциала СМК, как средства развития медиакомпетентности личности школьника и студента требует специально разработанного и верифицированного инструмента. Мы отмечаем, что для всех стран Азии важен синтез медиакритики и медиаобразования. В частности, медиаобразование и медиакритика придают большое значение развитию аналитического/критического мышления у школьной и студенческой аудитории. И одна из важнейших задач развития медиаобразования в Азии состоит в том, чтобы научить аудиторию не только аналитически воспринимать медиатексты разных видов и жанров, но и понимать процесс их создания и функционирования в социуме.

В целом для стран Азии характерно различное развитие медиаобразования на всех уровнях, начиная от школьного и заканчивая высшим. В азиатской медиакультуре пока слабо развито система обязательного школьного и студенческого медиаобразования, синтеза практических форм существования медиакритики и степени теоретического обоснования этого направления в обучении. Большинство стран Азиатского континента не вводят в свои учебные планы медиаобразование, как отдельный предмет или даже факультатив. Более того, некоторые педагоги в азиатских странах считают медиа негативным последствием глобализации культур, отрицательным влиянием Запада.

Однако в последнее время на Азиатском континенте наметилась положительная тенденция синтеза медиаобразования и медиакритики, анализирующей конкретные медиатексты и актуальные проблемы функционирования СМИ со школьной и студенческой аудиторией. Позитивно выделяются в данном аспекте опыт Японии, Китая и Южной Кореи, что, прежде всего, связано с бурным развитием технологического, социального и экономического роста в странах. Так, Япония и Китай на государственном уровне и при поддержке частных фондов создают специальные курсы повышения медиакомпетентности школьников, студентов и педагогов, есть опыт введения в учебный план образовательных учреждений специальных факультативов по медиаобразованию родителей. Все это дает возможность рассматривать синтез медиаобразования и медиакритики как один из значимых инструментов развития медиакомпетентности личности, критического мышления, общественных оценок и мнений.

Литература

1. Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. - Ростов-на-Дону, 2002.
2. Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики. Автореф. дис. ... д-ра фил. наук. СПб, 2003. 41 с.
3. Рыжих Н.П. Медиаобразование студентов педагогического вуза на материале англоязычных экранных искусств. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007. 188 с.
4. Усов Ю.Н. Методика использования киноискусства в идейно-эстетическом воспитании учащихся 8-10 классов. Таллин: Министерство просвещения, 1980. 125 с.
5. Федоров А.В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. 238 с.
6. Федоров А.В. Медиаобразование, медиаграмотность, медиакритика и медиакультура//Высшее образование в России. 2005. № 6. С.134-138.
7. Художественное образование в Российской Федерации: развитие творческого потенциала в XXI веке / отв. ред. К. Э. Разлогов. М. : Совпадение, 2011. 62 с.
8. Cheung, C.-K. (ed.). (2009) Media Education in Asia. Springer Science+Business Media B.V. 2009
9. Chen, S. (2006). Television and the health of children: the media education movement of the American Academy of Pediatrics. <http://www.mediaed.nccu.edu.tw/news/issue08.htm>
10. Hui Z., Chang Z., Guoyuan S. (2014). Teachers' stages of concern for media literacy education and the integration of MLE in Chinese primary schools Education Research Institute, Seoul National University, Seoul, Korea.
11. Kim, K-T. (2003). Evaluating Media Education in Korea, in The Current Situations of Korean Media Education: The 2nd Symposium on Media Education, The Korean Society of Journalism and Communication Studies.
12. Lee, E-M. and Jeong, Y-C. (2006). 2005 TV Viewers' Trends, Seoul: Korean Broadcasting Commission.
13. Masterman, L. (1997). A Rational for Media Education. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Lawrence Erlbaum Associates, 291 p.
14. Sagayaraj, D.J. (2006). Media Education: Key Concepts, Perspectives, Difficulties and Main Paradigms. Chennai: Arumbu Publications.
15. Shao, R. (2006). Chinese Media Education. Beijing: Communication University of China Press.
16. Suzuki, K. (2007). Media Literacy Education in Japan. Newsletter on Children, Youth & Media in the world, no.1 2007. <http://www.nordicom.gu.se/cl/publ/letter.php?id=79>

References

1. Art education in the Russian Federation: the development of creativity in the XXI century: the analyte. report = Arts Education in the Russian Federation: Building Creative Capacities in the 21st Century: analytical report / ed. K.E. Razlogov. M.: Coincidence, 2011. 62 p.
2. Chen, S. (2006). Television and the health of children: the media education movement of the American Academy of Pediatrics. http://www.mediaed.nccu.edu.tw/news/issue_08.htm
3. Cheung, C.-K. (ed.). (2009) Media Education in Asia, DOI 10.1007/978-1-4020-9529-0 10, Springer Science+Business Media B.V. 2009.
4. Fedorov, A. Media Education in the Western World. Taganrog, 2003, 238 p.
5. Fedorov, A. Media education, media literacy, media criticism and media culture // Higher Education in Russia. 2005. № 6. pp. 134-138.
6. Hui, Z., Chang, Z., Guoyuan, S. (2014). Teachers' stages of concern for media literacy education and the integration of MLE in Chinese primary schools Education Research Institute, Seoul National University, Seoul, Korea 2014.
7. Kim, K-T. (2003). Evaluating Media Education in Korea, in The Current Situations of Korean Media Education: The 2nd Symposium on Media Education, The Korean Society of Journalism and Communication Studies.
8. Korochensky A. "The fifth power"? The phenomenon of media criticism in the context of the information market. Rostov-on-Don, 2002.
9. Korochensky A. Media criticism of the theory and practice of journalism. Ph. D. dissertation. St. Petersburg, 2003.
10. Lee, E-M. and Jeong, Y-C. (2006). 2005 TV Viewers' Trends, Seoul: Korean Broadcasting Commission.
11. Masterman, L. (1997). A Rational for Media Education. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Lawrence Erlbaum Associates, 291 p.
12. Ryzhikh, N. Media Education of Pedagogical University Students on the Material of the Screen Arts. Taganrog, 2007, 188 p.
13. Sagayaraj, D. J. (2006). Media Education: Key Concepts, Perspectives, Difficulties and Main Paradigms. Chennai: Arumbu Publications.
14. Shao, R. (2006). Chinese Media Education. Beijing: Communication University of China Press.
15. Suzuki, K. (2007). Media Literacy Education in Japan. Newsletter on Children, Youth & Media in the world. 2007. N.1. <http://www.nordicom.gu.se/cl/publ/letter.php?id=79>
16. Usov, Y.N. The method of using film at the ideological and aesthetic education of pupils of 8-10 classes. Tallinn: Ministry of Education, 1980. 125 p.

Чумаколенко Николай Анатольевич,
аспирант кафедры социокультурного развития личности,
Таганрогский институт имени А.П. Чехова,
(филиал Ростовского государственного экономического университета)
Научные интересы: медиаобразование, медиаграмотность.
Адрес: Таганрогский институт имени А.П. Чехова, Инициативная, 48
Таганрог, 347936