

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ В ЗАКЛАДИ
СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ КАНАДИ: ДОСВІД ПРОВІНЦІЇ ОНТАРІОPECULIARITIES OF IMPLEMENTATION OF MEDIA EDUCATION
IN THE SCHOOLS OF CANADA: ONTARIO PROVINCE EXPERIENCE

У статті висвітлюються особливості впровадження медіаосвіти в заклади середньої освіти провінції Онтаріо. Проаналізовано навчальні плани для закладів середньої освіти щодо наявності компонента медіаграмотності. Визначено загальні очікування від учнів як на початковому, так і на середньому рівні медіаграмотності. Висвітлено основні кроки Міністерства освіти Онтаріо, Федерації викладачів Онтаріо щодо розвитку медіаграмотності. Розкрито вісім ключових понять, розроблених Асоціацією медіаграмотності (AML), які забезпечують теоретичну базу для всієї медіаграмотності в Онтаріо.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, провінція Онтаріо, Асоціація медіаграмотності, Міністерство освіти Онтаріо, засоби масової інформації.

В статье освещаются особенности внедрения медиаобразования в учреждения среднего образования провинции Онтаріо. Проанализированы учебные планы для учреждений среднего образования касательно наличия компонента медиаграмотности. Определены общие ожидания от учеников как на начальном, так и на среднем уровне медиаграмотности. Освещены основные шаги Министерства образова-

ния Онтаріо, Федерации преподавателей Онтаріо по развитию медиаграмотности. Раскрыты восемь ключевых понятий, разработанных Ассоциацией медиаграмотности (AML), которые обеспечивают теоретическую базу для всей медиаграмотности в Онтаріо.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, провинция Онтаріо, Ассоциация медиаграмотности, Министерство образования Онтаріо, средства массовой информации.

The article highlights the features of the introduction of media education in the institutions of secondary education in the province of Ontario. The curricula for schools on the availability of the media literacy component are analyzed. The general expectations from pupils are defined both at the initial and at the average level of media literacy. The article highlights the main steps of the Ministry of Education of Ontario, the Federation of Ontario Teachers to develop media literacy. There are eight key concepts which developed by the Media Literacy Association (AML) in the article.

Key words: media education, media literacy, Ontario Province, Media Literacy Association, Ontario Ministry of Education, media.

УДК 070:37(71)

Приходькіна Н.О.,

доцент кафедри педагогіки,
управління та адміністрування
ДВНЗ «Університет
менеджменту освіти»
Національної академії
педагогічних наук України,
докторант Інституту педагогіки
Національної академії
педагогічних наук України

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Інформаційна епоха чи то мутує, чи то вже остаточно трансформувалася в еру дезінформації. Найбільш поширеною, легкодоступною і водночас найбільш використовуваною зброєю масового ураження XXI століття є інформація. Медіаосвіта в Україні необхідна не тільки для того, щоб протистояти інформаційній агресії. Вона також покликана формувати медіаграмотність і сприяти розвитку громадянського суспільства. Уникнути дефіциту медіаграмотності допоможе медіаосвіта, запроваджена на загальноукраїнському рівні, насамперед, у закладах загальної середньої освіти.

Оскільки в Україні впровадження медіаосвіти перебуває на початковому етапі, наразі цікавим є досвід зарубіжних країн – визнаних лідерів з впровадження медіаграмотності (medialiteracy) та медіаосвіти (mediaeducation).

Канада – одна з найбільш розвинених країн світу в галузі медіаосвіти. Медіакультура є невід'ємним компонентом шкільних навчальних планів з англійської мови [5–9]. Майже в кожній канадській провінції існує своя асоціація діячів медіаосвіти, яка проводить науково-методичні конференції, випускає медіаосвітню періодику (газети, журнали), публікує навчально-методичні матеріали тощо. Провінція Онтаріо, де прожи-

ває більше третини 37-мільйонного населення Канади, стала першою провінцією, де з 1987 р. медіаосвіта стала обов'язковою складовою частиною шкільної освіти. Один із лідерів канадської медіапедагогіки К. Ворсноп (С. Worsnop) вважає, що медіа необхідно вивчати не тільки для того, щоб дати школярам або студентам ті чи інші знання, але й тому, що медіа сьогодні – це наше довкілля, і було б нерозумно ігнорувати все те, що нас оточує [10]. На нашу думку, така позиція може переконати багатьох скептиків, які вважають, що в школі потрібно, наприклад, вивчати екологію, але не слід вивчати медіакультуру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У дослідження проблематики медіаосвіти вагомий внесок зробили українські науковці: В. Іванов, Т. Іванова, Л. Найдьонова, Г. Онкович, Б. Потятинник, Г. Почепцов, В. Різун та ін. Досить всебічно і глибоко ця тематика аналізується в працях канадських авторів (Б. Дункана (B. Dunkan), Н. Андерсена (N. Andersen), М. Маклюена (M. McLuhan), Дж. Пандженте (J. Pungente), О. Меллі (O. Malley), К. Ворснопа (C. Worsnop), А. Карона (A. Caron), Л. Розера (L. Rother) та ін.). Особливе значення для нас мають дослідження Б. Дункана, Н. Андерсена, Дж. Пандженте, О. Меллі, в яких представлений генезис канадської медіаосвіти та її сучасний стан.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми. У Канаді засоби масової комунікації є серйозними конкурентами школи, оскільки, надаючи необмежені джерела різної інформації, формують погляди і переконання підростаючого покоління. Отже, сучасному учневі необхідно навчитися адекватно сприймати і критично оцінювати різні медіатексти і чинити опір маніпулятивному впливу медіа. Всі ці процеси здатна забезпечити медіаосвіта. Ці питання так чи інакше піднімаються у дослідженнях зарубіжних та українських вчених, проте найменше уваги приділяється аналізу навчальних програм провінцій Канади, їх особливостям, зокрема аналізу очікувань від учнів як на початковому, так і на середньому рівні медіаграмотності.

Мета статті – розкрити особливості впровадження медіаосвіти у школах канадської провінції Онтаріо.

Виклад основного матеріалу. Онтаріо – це перше місто в Північній Америці, де медіаосвіта стала обов'язковою частиною навчального плану. Ці документи навчальних програм є важливою віхою в історії медіаосвіти в Онтаріо.

У 2006 та 2007 рр. Міністерство освіти Онтаріо перевидало навчальні програми, де обов'язковим напрямом є упровадження медіаграмотності з 1 по 12 клас. Зокрема, медіаграмотність наразі є окремим напрямом у програмі з англійської мови на початковому (1–8 клас) і середньому рівнях (9–12 класи). Документи навчального плану визначають медіаграмотність як один із чотирьох напрямів програми, що також включає усне спілкування, читання та письмо [5–8].

В Онтаріо медіаграмотність визначається як «обґрунтоване та повне розуміння природи засобів масової інформації (далі – ЗМІ), методів, що використовуються ними, і вплив цих методів». Медіаграмотність також дає учням знання та навички «активно та повною мірою використовувати ЗМІ» [8].

Включення медіаграмотності в навчальний план означає, що теми та тексти, які вивчаються в класі, змінилися. Сьогодні учні початкового рівня аналізують або читають такі тексти, як оповідання (стара парадигма), обкладинки DVD, коробки для каш і логотипи футболок. Учні середнього рівня вивчають новини про глобальні конфлікти, розкручування художніх фільмів і навіть соціальну мережу YouTube. Теми в навчальному плані часто охоплюють міждисциплінарний підхід і розглядають широке коло питань, включаючи рекламу та зв'язки з громадськістю, уявлення про гендерні ролі, насильство та расову діяльність у ЗМІ, роль ЗМІ у глобальному світі, нові конвергентні технології.

Аналіз ЗМІ та їх створення в навчальному плані зосереджуються на трьох ключових питаннях: як створюється текст (включаючи питання авторства

та контролю), ідеологія та цінності, що передаються через ЗМІ, способи, за допомогою яких медіатексти впливають на аудиторію, і як аудиторія реагує на них. Робота в класі надає учням можливість аналізувати та створювати різноманітні друковані й електронні матеріали, розвивати максимальне розуміння ролі ЗМІ та технологій життя людини.

Є чотири загальні очікування від учнів як на початковому, так і на середньому рівні медіаграмотності. Від учнів очікують, що вони:

- демонструють розуміння різновидів медіатекстів;

- визначають різноманітність форм медіа та пояснюють, як прийняті правила та прийоми, пов'язані з ними, використовуються для створення змісту;

- створюють різноманітні медіатексти для різних цілей і аудиторій, використовуючи відповідні форми, правила та прийоми;

- розмірковують і визначають свої сильні сторони у тлумаченні та створенні медіа, визначають, що треба вдосконалити, які стратегії вони виявили найбільш корисними для розуміння та створення медіатекстів (Міністерство освіти, 2006).

Спираючись на очікувані результати, викладені у навчальних планах, учителі розробляють програми та розділи, що дають змогу учням продемонструвати очікувані результати на кожному рівні вивчення. У процесі розробки цих програм важливо, щоб учителі мали міцну концептуальну базу. Наступні вісім ключових понять, розроблених Асоціацією медіаграмотності (AML), забезпечують теоретичну базу для всієї медіаграмотності в Онтаріо. Ці поняття ґрунтуються на документах навчального плану та забезпечують міцні організаційні засади, а також корисні поради для початку вивчення ЗМІ.

- Усі ЗМІ – це структури. ЗМІ – це ретельно продумані структури, що відображають багато рішень і є результатом багатьох визначальних факторів. Наш погляд на реальність базується на попередньо створеному медіаповідомленні, в якому вже міститься певна думка, тлумачення та висновки. ЗМІ значною мірою представляють людям варіанти дійсності.

- Кожна людина тлумачить повідомлення по-різному. Люди, які дивляться те саме телевізійне шоу або відвідують один і той самий веб-сайт, часто не мають однакової думки чи емоцій. Кожна людина тлумачить або обговорює повідомлення по-різному, виходячи з віку, культури, життєвого досвіду, цінностей і переконань. Аудиторія здатна погоджуватися з певними повідомленнями та відхилити інші, покладаючись на власний життєвий досвід.

- ЗМІ мають комерційні інтереси. Більшість медіа створюються для отримання прибутку. Реклама, зазвичай, є найбільшим джерелом доходу. Рекламні оголошення є найбільш очевидними

засобами отримання доходу, хоча вони мають різні форми, включаючи розміщення продукту (платять за те, щоб товар показували під час програм або фільмів), видами реклами є спонсорство, призи, схвальні відгуки знаменитостей або назва стадіону чи театру тощо.

– ЗМІ містять ідеологічні та ціннісні повідомлення. Автори медіаповідомлень мають свої переконання, цінності, думки та судження. Це може вплинути на те, про що розповідається і як сказано. Автори обирають те, що буде і не буде включено до медіатекстів, тому не існує нейтральних повідомлень чи тих, що не мають цінностей. Оскільки ці повідомлення часто переглядаються великою кількістю людей, вони можуть мати великий соціальний і політичний вплив. Нам потрібно розшифрувати такі питання в медіаповідомленнях, як суть «гарного життя», переваги споживання, роль жінок, прийняття влади, патріотизм тощо.

– Кожний засіб масової інформації має свою «мову», методи, коди та правила. Він створює зміст по-різному, використовуючи певний словниковий запас, техніку, стилі, коди та правила. Розвиток навичок медіаграмотності дозволяє учням не лише декодувати та розуміти медіатексти, але і насолоджуватися унікальною естетичною формою кожного з них. Задоволення від ЗМІ посилюється від усвідомлення того, як вони правильно створюються або який мають вплив.

– ЗМІ мають комерційні витрати. Медіаграмотність включає усвідомлення економічної основи створення ЗМІ. Мережі шукають аудиторію, цікаву для спонсорів. Знання про це дозволяє учням зрозуміти, як програмний контент робить їх цілями для рекламодавців та організовує певну глядацьку аудиторію. 90% світових газет, журналів, телевізійних каналів, кінофільмів і компаній, що випускають комп'ютерне забезпечення, належать восьми корпоративним конгломератам.

– ЗМІ призводять до соціальних і політичних наслідків. Важливим аспектом медіаграмотності є усвідомлення широкого спектру соціальних і політичних наслідків, викликаних ЗМІ. Трьома прикладами цього є зміна сенсу сімейного життя, використання вільного часу та результати телевізійних політичних дебатів. ЗМІ можуть допомогти в узаконенні суспільних цінностей і поглядів, посилити значення культури та влади. ЗМІ також відіграють важливу роль посередника під час глобальних подій і проблем, починаючи від громадянських прав і закінчуючи тероризмом.

– Форма та зміст тісно пов'язані у ЗМІ. Формування зв'язку між формою та змістом пов'язане з тезою Маршалла Маклюєна про те, що «засіб масової інформації – це повідомлення».

Тобто, кожний ЗМІ має свої особливі граматичні та технологічні засади і формує зміст своїм унікальним способом. Таким чином, різні ЗМІ можуть пові-

домляти про одну і ту ж подію, але передавати різні враження та різні повідомлення.

Асоціація медіаграмотності (AML) відповідає за продовження успішного розвитку медіаосвіти в Онтаріо. Це волонтерська неприбуткова організація, що складається з учителів, бібліотекарів, консультантів, батьків, працівників культури та медіапрофесіоналів, які займаються популяризацією медіаграмотності. Заснована в 1978 р., Асоціація стала першою загальною організацією для викладачів медіаграмотності в Канаді.

Наприкінці 1960-х рр. у Канаді почалася перша хвиля медіаосвіти під назвою «екранна освіта», яка зосереджувалася на кіно та телебаченні. У 1969 р. CASE (Канадська асоціація екранної освіти) виступила спонсором першої великої зустрічі викладачів медіадисциплін у Йоркському університеті Торонто. Через скорочення бюджету і повернення до філософії, яка домінувала у 70-х рр., ця перша хвиля ентузіазму згасла, проте завдяки відданості та наполегливості невеликих груп викладачів медіаосвіти почала набирала обертів у 80-х і 90-х рр.

У 1986 р. Міністерство освіти Онтаріо та Федерація викладачів Онтаріо запросили членів Асоціації медіаграмотності, щоб вони написали «Довідник із медіаграмотності» для вчителів. Це відоме видання було використане у багатьох англійськомовних країнах і перекладене французькою, італійською, японською та іспанською мовами. Перед виходом «Довідника» Міністерство дало авторам можливість консультувати викладачів на місцях по всьому Онтаріо.

Також у 1986 р. Міністерство освіти Онтаріо розробило нові основні напрями, які підкреслили важливість впровадження медіаосвіти як частини загальної програми з англійської мови для 7–12 класів. У відповідь Асоціація медіаграмотності спланувала дві успішні міжнародні конференції з медіаосвіти в університеті Гельфа в 1990 та 1992 рр. У кожній конференції взяли участь понад 500 учасників з усього світу.

На початку 90-х рр., в умовах реформи освіти в Онтаріо, Асоціація медіаграмотності успішно лобювала в Міністерстві освіти внесення компонента медіаграмотності в програму вивчення англійської (французької) мов на початковому та середньому рівнях, а також окремий курс із медіаграмотності на старшому середньому рівні. Це було основним досягненням, що забезпечило подальшу появу нових переглянутих документів.

У 1998 р. Асоціація медіаграмотності отримала міжнародне визнання. Вручаючи їй нагороду, Всесвітня рада з питань медіаосвіти описала її як найвпливовішу організацію медіаосвіти в Північній Америці.

2000 рік приніс ще одне важливе досягнення у вигляді Саміту «Діти, молодь та ЗМІ» – найбільшої в світі міжнародної конференції. У цій конференції

в Торонто взяли участь 1 500 делегатів із 55 країн. Таким чином була надана унікальна можливість тим, хто використовує ЗМІ та навчає про них, зустрітися та поговорити з тими, хто їх створює та розповсюджує.

У 2005 та 2006 рр. члени Асоціації медіаграмотності були залучені до команди Міністерства освіти для написання переглянутих документів про вивчення англійської мови на початковому та середньому рівнях. Медіаграмотність була вперше закріплена в кожному класі – з 1 до 12. Також у 2005 р. членами асоціації було написано довідник для вчителів «Грамотність мислення», де виписано стратегії для викладання медіаграмотності у процесі вивчення мистецтва мови та англійської мови.

Поряд із місцевим урядом, Асоціація медіаграмотності працює з педагогічними факультетами, шкільними радами, медіагалузями, а також батьківськими та громадськими групами за багатьма ініціативами щодо медіаграмотності:

– Асоціація разом із Федерацією викладачів Канади й організацією «Media Awareness Network» брала участь у плануванні першого Національного тижня медіаосвіти. Щоб відзначити роботу учнів і вчителів, по всій країні проводяться спеціальні заходи та фестивалі.

– Члени асоціації створили наразі проводять курси підвищення кваліфікації щодо медіаосвіти, які пропонуються в Йоркському університеті та Інституті вивчення освіти в Онтаріо при Торонтському університеті. Курси забезпечують вчителям необхідний професійний розвиток щодо упровадження медіаосвіти. Після завершення 3 частин програми вчителі отримують сертифікат «спеціаліста».

– Асоціація медіаграмотності пропонує низку заходів для своїх членів і широкої громадськості для популяризації медіаосвіти та професійного розвитку вчителів. Веб-сайт асоціації (www.aml.ca) надає вчителям доступ до планів уроків, статей та оглядів, різних публікацій про новини та майбутні події, а також посилання на інші важливі медіа-сайти.

– Асоціація медіаграмотності підтримала зародження дочірніх організацій у більшості канадських провінцій і їхнього філіалу CAMEO, створила концепцію і мету для «Media Awareness Network» (Мережа медіаобізнаності).

Асоціація медіаграмотності нещодавно відзначила 40 років від заснування. Успіх Асоціації медіаграмотності дійсно пов'язаний із невеликою, цілеспрямованою групою осіб, які є вчителями, людьми, які прагнуть до медіаграмотності та визнають її цінність у житті своїх учнів. Ці вчителі розуміють важливість створення класів і можливостей для навчання, що включають підготовку до життя та самореалізації в нашу інформаційну епоху. Вони – захоплені прагматики, котрі відбирають матеріал серед багатьох критичних, культурних та освітніх

теорій, обирають матеріали для використання в освітньому процесі школи. Починаючи з перших днів виникнення асоціації, учасники проводили семінари в Канаді та в Австралії, Японії, Європі, Латинській Америці та США. Успіх медіаграмотності в Онтаріо зумовлений їхніми зусиллями. «Нагорода» за роки важкої праці – це наслідки впровадження медіаграмотності в Онтаріо та Канаді.

Висновки. Безперечно, в Канаді, зокрема в провінції Онтаріо, відзначається позитивна динаміка щодо розвитку медіаграмотності. Завдяки спільним зусиллям різних державних, медіаосвітніх, громадських і комерційних організацій розроблено та впроваджено програми, які прищеплюють підростаючому поколінню навички критичного мислення, необхідного не тільки для безпечної і плідної роботи в Інтернеті, але і для повноцінного сприйняття і аналізу будь-яких медіатекстів. Вважаємо за необхідне надалі досліджувати канадський досвід з упровадження медіаосвіти, зокрема дослідити навчальні плани кожної провінції Канади, з метою можливої екстраполяції його до системи освіти України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Федоров А.В., Новикова А.А. Основные теоретические концепции медиаобразования. Вестник Российского государственного гуманитарного фонда. 2002. № 1. С. 149–158. URL: <http://medialiteracy.boom.ru/medialiteracy/tions.htm>.
2. Andersen N., Duncan I., Pungente J. Media Education in Canada – the Second Spring. Children and Media: Image. Education. Participation I. Ed.: V. Feilitzen, U. Carlsson. Geteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. P. 139–162.
3. Association of Universities and Colleges of Canada. Trends in Higher Education. AUSS. Ottawa, 2002. 175 p.
4. Duncan B. The Story of Media Education in Canada: An Interview with Barry Duncan II Orbit. 2005. Vol. 35. № 2. P. 6.
5. The Ontario Curriculum, Grades 1-8: Language, 2006. URL: <http://www.edu.gov.on.ca/eng/curriculum/elementary/language18currb.pdf>.
6. The Ontario Curriculum, Grades 1-8: The Arts, 2009 (revised). URL: <http://www.edu.gov.on.ca/eng/curriculum/elementary/arts18b09curr.pdf>.
7. The Ontario Curriculum, Grades 9 to 12: Social Sciences and Humanities, 2013. URL: <http://www.edu.gov.on.ca/eng/curriculum/secondary/ssciences9to122013.pdf>.
8. The Ontario Curriculum, Social Studies, Grades 1-6; History and Geography, Grades 7-8, 2018. URL: <http://www.edu.gov.on.ca/eng/curriculum/elementary/social-studies-history-geography-2018.pdf>.
9. THINK LITERACY: Cross-Curricular Approaches, Grades 7-12. URL: <http://www.edu.gov.on.ca/eng/studentssuccess/thinkliteracy/files/ThinkLitMedia.pdf>.
10. Worsnop C. Screening Images: Ideas for Media Education. Mississauga, 1994. 258 p.