

Федоров А.В., доктор педагогических наук, профессор, Президент Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России, проректор по научной работе Таганрогского государственного педагогического института

# МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ ШКОЛЬНИКОВ И СТУДЕНТОВ: КАК ОТНОСЯТСЯ УЧИТЕЛЯ К ЭТОЙ ПРОБЛЕМЕ?<sup>1</sup>

(анализ результатов анкетирования)

В одобренной ЮНЕСКО формулировке медиаобразование (media education) определяется как направление в педагогике, связанное «со всеми видами медиа (печатными и графическими, звуковыми, экранными и т.д.) и различными технологиями; оно дает возможность людям понять, как массовая коммуникация используется в их социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как: 1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2) определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции. Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. Медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального и «пожизненного» образования» [4, pp. 273–274].

Таким образом, медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета [5, с.8].

<sup>1</sup> Исследование, положенное в основу данной статьи, поддержано Советом по грантам Президента Российской Федерации для поддержки ведущих научных школ России (руководитель ведущей научной школы РФ – д.п.н., профессор А.В.Федоров, грант № НШ-657.2003.6.). Автор благодарит кандидата педагогических наук, члена Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России И.В.Чельшеву за помощь в организации анкетирования педагогов.

В 2002 году состоялось важное событие в истории движения отечественного медиаобразования в России: учебно-методическим объединением (УМО при Министерстве образования Российской Федерации) по специальностям педагогического образования была зарегистрирована новая вузовская специализация «Медиаобразование» (03.13.30.). Иначе говоря, медиапедагогика в России впервые за всю свою историю обрела официальный статус.

Однако готовы ли российские учителя к внедрению медиаобразовательных идей?

Как они, вообще, относятся к проблеме медиаобразования в школе и вузе? Какие его задачи считают наиболее важными? В какой степени используют элементы медиаобразования на уроках? Что, по их мнению, мешает им заниматься медиаобразованием?

На эти вопросы мы попытались ответить в ходе анкетирования 57 педагогов средних школ (№ 12, 27, 36, 37, 38 и др.) г. Таганрога. Информация о возрастных и гендерных данных опрошенных учителей содержится в таблице 1.

Таблица 1. Количество опрошенных учителей и их распределение по возрастным / гендерным данным

Возраст учителей	Количество учителей	Количество учителей в процентах	Количество учителей женского пола	Количество учителей мужского пола
21-30 лет	10	17,54	7	3
31-40 лет	12	21,05	8	4
41-50 лет	11	19,30	7	4
51-60 лет	12	21,05	7	5
61-70 лет	12	21,05	10	2
Всего	57	100	39	18

Бесспорно, наш опрос не мог претендовать на тотальную репрезентативность. Вместе с тем его результаты кажутся нам симптоматичными для медиаобразовательного процесса в целом, тем более что они по многим позициям перекликаются с итогами исследования медиаобразовательных тенденций в двенадцати европейских странах [3].

Результаты проведенного нами опроса российских учителей мы занесли в таблицы № 2–6.

Таблица 2 показывает, как распределились голоса учителей, выразивших свое отношение к необходимости и формам медиаобразования школьников и студентов.

*Анализ таблицы 2. Отношение учителей к медиаобразованию*

Анализ данных таблицы 2 показывает, что большинство учителей считает необходимым обязательное (63,16% голосов) или факультативное (34,84% голосов) медиаобразование школьников. Аналогично мнение педагогов относительно обязательного (56,14%) и факультативного (21,05%) медиаобразования студентов.

57,89% опрошенных учителей (83,33% мужчин и 46,15% женщин) высказались

также за введение в вузах новой педагогической специальности «медиаобразование». При этом обязательное медиаобразование школьников/студентов и специальность «медиаобразование» нашли наиболее последовательную поддержку в возрастной группе педагогов от 31 до 40 лет (83,33% голосов по всем позициям).

Учителя, участвовавшие в нашем анкетировании, полагают, что медиаобразование школьников/студентов должно быть интегрированным с обязательными предметами (45,61% голосов, без заметных гендерных и возрастных различий), автономным (24,56%, также без существенных гендерных и возрастных различий) или сочетанием того и другого (50,88%).

Только 14,03% опрошенных педагогов настаивает на ненужности медиаобразовании школьников. Женских голосов здесь в три раза больше мужских, а голосов представителей старшего поколения больше, чем младшего (в возрастной группе учителей от 21 года до 30 лет вообще нет ни одного противника медиаобразования школьников).

Таблица 2. Отношение учителей к медиаобразованию

Возраст/пол учителей	Тип отношения учителей к медиаобразованию школьников и студентов									
	В медиаобразовании школьников нет необходимости	Медиаобразование школьников должно быть обязательным	Медиаобразование должно быть факультативным, кружковым	В медиаобразовании студентов нет необходимости	Медиаобразование в педагогических вузах должно быть обязательным	Медиаобразование студентов должно быть только факультативным	Необходимо ввести новую педагогическую специальность «Медиаобразование»	Медиаобразование школьников и студентов должно быть интегрированными с обязательными предметами	Медиаобразование в школе и вузе должно быть автономным, в виде отдельного урока	Медиаобразование в школе и вузе должно быть синтезом автономных и интегрированных уроков
	Число учителей (в процентах), выбравших данный вариант ответа									
21-30 лет/всего	0,00	60,00	30,00	0,00	80,00	10,00	40,00	40,00	20,00	60,00
21-30 лет/муж.	0,00	66,67	0,00	0,00	100,00	0,00	33,33	33,33	33,33	33,33
21-30 лет/жен.	0,00	57,14	42,86	0,00	71,43	14,28	42,86	42,86	14,28	71,43
31-40 лет/всего	16,67	83,33	33,33	0,00	83,33	25,00	83,33	41,67	25,00	50,00
21-30 лет/муж.	0,00	50,00	25,00	0,00	50,00	25,00	100,00	50,00	25,00	50,00
21-30 лет/жен.	25,00	100,00	37,50	0,00	100,00	25,00	75,00	37,50	25,00	50,00
41-50 лет/всего	9,10	72,73	36,36	0,00	54,54	45,45	72,73	45,45	27,27	63,64
41-50 лет/муж.	0,00	50,00	50,00	0,00	75,00	75,00	100,00	50,00	25,00	75,00
41-50 лет/жен.	14,28	85,71	28,57	0,00	42,86	28,57	57,14	42,86	28,57	57,14
51-60 лет/всего	25,00	41,67	50,00	8,33	50,00	16,67	58,33	50,00	25,00	41,67
51-60 лет/муж.	20,00	40,00	60,00	0,00	60,00	20,00	100,00	40,00	20,00	40,00
51-60 лет/жен.	28,57	42,86	42,86	14,28	42,86	14,28	28,57	57,14	28,57	42,86
61-70 лет/всего	16,67	58,33	33,33	8,33	33,33	8,33	33,33	50,50	25,00	41,67
61-70 лет/муж.	0,00	100,00	50,00	0,00	50,00	0,00	50,00	50,00	0,00	0,00
61-70 лет/жен.	20,00	50,00	30,00	10,00	30,00	10,00	30,00	50,00	30,00	50,00
Все возрастные группы /всего	14,03	63,16	36,84	3,51	56,14	21,05	57,89	45,61	24,56	50,88
Все возрастные группы /муж.	5,55	55,55	38,89	0,00	66,67	27,78	83,33	44,44	22,22	44,44
Все возрастные группы /жен.	17,95	66,67	35,90	5,13	56,41	17,95	46,15	46,15	25,64	53,85

Однако даже учительская оппозиция радикально меняет точку зрения, отвечая на вопрос о статусе медиаобразования студентов. Против него высказывается всего 3,51% педагогов. При этом все они – женщины старше 50 лет, которые, по-видимому, уже не в состоянии изменить свои традиционные взгляды на учебный процесс.

Таким образом, свыше 75% опрошенных учителей в той или иной форме высказывается в пользу медиаобразования школьников

и студентов, а 58% из них убеждены: настала пора для открытия новой вузовской специальности «медиаобразование». Это свидетельствует о том, что интенсивное развитие медиа вызывает адекватную реакцию российских педагогов – осознание, что жизнь в мире информационных технологий и бума массовых коммуникаций требует от подрастающего поколения медиаграмотности не в меньшей степени, чем традиционной грамотности.

В этой связи нам показалось интересным сравнить некоторые данные таблицы 2 с результатами опроса 26 экспертов в области медиаобразования (в опросе участвовали такие известные медиапедагоги из десяти стран мира, как О.А. Баранов, К. Ворсноп, Р. Корнелл, А.П. Короченский, Б. Мак-Махон, Дж. Пандженте, С.Н. Пензин, И. Розер, К. Тайнер, Е.В. Якушина и др.), проведенного нами для ЮНЕСКО в 2003 году [Fedorov, 2003]. Разница во мнениях между учителями и экспертами более всего проявилась в их отношении к автономному медиаобразованию. В отличие от 25,64% российских учителей только 7,69% экспертов считают, что медиаобразование должно осуществляться в виде отдельных спецкурсов/уроков. Различия

в поддержке интегрированного медиаобразования заметно меньше: 46,15% голосов учителей и 30,77% – экспертов. Еще ближе позиции экспертов и учителей, сторонников синтеза интегрированного и автономного медиаобразования: 53,85% голосов учителей и 61,54% голосов экспертов. В итоге большинство учителей и экспертов в целом сходятся во мнении, что наиболее перспективный путь для развития современного медиаобразования – сочетание автономных и интегрированных занятий со школьниками и студентами.

Результаты ответов учителей на вопросы, касающиеся их отношения к основным задачам медиаобразования, систематизированы в таблице 3.

Таблица 3. Отношение учителей к основным задачам медиаобразования

Возраст/пол учителей	Задачи медиаобразования													
	Воспитание хорошего эстетического восприятия, вкуса, оценки эстетического качества медиатекстов, понимания медиатекстов,	Развитие критического мышления, критической автономии личности по отношению к медиа	Защита от вредного влияния медиа	Удовлетворение различных потребностей аудитории в области медиа	Обучение аудитории практическим умениям работы с медиатехникой	Развитие способностей аудитории к политическому, идеологическому анализу различных аспектов медиа,	Развитие способностей аудитории к восприятию, пониманию и анализу языка медиатекстов	Развитие способностей аудитории к анализу медиатекстов в широком культурологическом, социокультурном контексте	Подготовка людей к жизни в демократическом обществе	Развитие коммуникативных способностей личности	Развитие умений самовыражаться с помощью медиа, создавать медиатексты	Получение аудиторией знаний по истории медиа, по истории медиакультуры	Получение аудиторией знаний по теории медиа и медиакультуры	Развитие способностей аудитории к моральному, нравственному, психологическому анализу различных аспектов медиа, медиакультуры
Число учителей (в процентах), выбравших данный вариант ответа														
21-30 лет/всего	60,00	100,0	20,00	40,00	30,00	50,00	20,00	60,00	10,00	40,00	0,00	20,00	20,00	30,00
21-30 лет/муж.	33,33	100,0	33,33	33,33	0,00	66,67	0,00	66,67	0,00	100,0	0,00	40,00	20,00	60,00
21-30 лет/жен.	71,43	100,0	14,28	42,86	42,86	42,86	28,57	57,14	14,28	14,28	0,00	28,57	14,28	42,86
31-40 лет/всего	58,33	41,67	41,67	33,33	58,33	58,33	41,67	41,67	33,33	25,00	16,67	8,33	8,33	16,67
21-30 лет/муж.	50,00	75,00	25,00	25,00	50,00	75,00	25,00	50,00	25,00	50,00	25,00	0,00	0,00	25,00
21-30 лет/жен.	62,50	37,50	50,00	37,50	62,50	50,00	50,00	37,50	37,50	25,00	12,50	12,50	12,50	12,50
41-50 лет/всего	45,45	72,73	36,36	27,27	27,27	36,36	63,64	36,36	45,45	18,18	45,45	9,10	0,00	27,27
41-50 лет/муж.	25,00	50,00	25,00	25,00	50,00	25,00	75,00	25,00	75,00	50,00	50,00	25,00	0,00	0,00
41-50 лет/жен.	57,14	85,71	42,86	28,57	28,57	42,86	57,14	42,86	28,57	0,00	42,86	0,00	0,00	42,86
51-60 лет/всего	66,67	33,33	33,33	33,33	50,00	58,33	25,00	50,00	50,00	33,33	16,67	8,33	8,33	41,67
51-60 лет/муж.	60,00	40,00	20,00	40,00	40,00	40,00	20,00	60,00	80,00	40,00	20,00	20,00	0,00	40,00
51-60 лет/жен.	71,43	28,57	42,86	28,57	57,14	71,43	28,57	42,86	28,57	28,57	14,28	0,00	14,28	42,86
61-70 лет/всего	58,33	66,67	41,67	33,33	41,67	50,00	33,33	33,33	25,00	8,33	25,00	0,00	0,00	16,67
61-70 лет/муж.	100,0	50,00	50,00	0,00	50,00	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
61-70 лет/жен.	50,00	70,00	40,00	40,00	40,00	50,00	40,00	40,00	40,00	30,00	10,00	30,00	0,00	20,00
Все возрастные группы /всего	57,89	63,16	35,09	33,33	43,86	50,88	36,84	43,86	35,09	29,82	17,54	14,03	7,02	26,31
Все возрастные группы /муж.	50,00	61,11	27,78	27,78	38,89	50,00	27,78	44,44	44,44	50,00	22,22	11,11	5,55	16,67
Все возрастные группы /жен.	61,54	64,10	38,46	35,90	46,15	51,28	41,02	43,59	30,77	20,51	15,38	15,38	7,69	30,77

*Анализ таблицы 3. Отношение учителей к основным задачам медиаобразования*

Анализ данных таблицы 3 приводит к выводу, что опрошенные учителя являются сторонниками следующих основных теорий медиаобразования (в порядке убывания голосов):

1) развития критического мышления (основная задача: развитие критического мышления, автономии личности по отношению к медиа/медиатекстам) – 63,16% (без существенной гендерной разницы, но с доминантой мнений молодого поколения учителей);

2) эстетической (основные задачи: развитие хорошего эстетического восприятия, вкуса, способностей к квалифицированной оценке эстетического качества медиатекстов, к пониманию медиатекстов; пропаганда шедевров медиакультуры) – 57,89% (женских голосов здесь в среднем на 11% больше, чем мужских);

3) идеологической (основная задача: развитие способностей аудитории к политическому, идеологическому анализу различных аспектов медиа/медиакультуры) – 50,88%;

4) культурологической (основная задача: развитие способностей аудитории к анализу медиатекстов в широком культурологическом, социокультурном контексте) – 43,86%;

5) практической (основная задача: обучение аудитории практическим умениям работы с медиатехникой) – 43,86%;

6) семиотической (основная задача: развитие способностей аудитории к восприятию, пониманию и анализу языка медиатекстов) – 36,84% (женских голосов на 14% больше мужских);

7) защитной/протекционистской (основная задача: защита аудитории от вредного влияния медиа) – 35,09% (женских голосов в среднем на 11% больше мужских);

8) развития демократического мышления (основная задача: подготовка людей к жизни в демократическом обществе с помощью медиа/медиакультуры) – 35,09% (мужских голосов здесь на 14% больше, чем женских);

9) удовлетворение потребностей аудитории – 33,33% (основная задача: удовлетворение потребностей аудитории в области медиа/медиакультуры).

При этом учителя считают важным развитие: способностей аудитории к моральному, нравственному, психологическому анализу различных аспектов медиа, медиакультуры (26,31%, женских голосов тут вдвое больше мужских); коммуникативных качеств личности (29,82%, мужских голосов в два раза больше женских); умений самовыражаться с помощью медиа, создавать медиатексты (17,54%). На последнем месте у педагогов оказались такие задачи, как получение аудитории знаний по истории медиа/медиакультуры (14,03%) и теории медиа/медиакультуры (7,02%), хотя в последнем случае не очень ясно, как без опоры на теории медиа можно развивать, например, критическое мышление аудитории или обучать учащихся пониманию языка медиа.

Сравнение этих данных с результатами опроса международной экспертной группы [Fedorov, 2003] показывает, что мнения российских учителей по многим позициям близки к экспертным: педагоги (хотя и в меньшем процентном отношении) на первое место тоже ставят задачу развития критического мышления аудитории (84,61% голосов экспертов и 63,16% голосов учителей). Не столь уже принципиален разброс голосов и по отношению к эстетическим (57,89% голосов учителей и 46,15% – экспертов), идеологическим (50,88% учительских и 38,46% экспертных голосов), практическим (43,86% голосов учителей и 50,00% голосов экспертов) и «потребностным» (33,33% голосов учителей и 30,77% голосов экспертов) задачам медиаобразования.

Однако сравнение с экспертными оценками отчетливо показывает, что учителя явно завышают роль «защитных» (35,09% сторонников среди учителей и только 15,38% – среди экспертов) задач медиаобразования, в ущерб семиотическим и культурологическим, получившим у экспертов от 57% до 70% голосов.

Почти вдвое меньше учительских голосов получила и такая популярная у экспертов (61,89%) задача медиаобразования, как развитие демократического мышления аудитории. То же самое относится и к коммуникативной задаче (57,34% голосов экспертов и только 29,82% голосов учителей) и к задаче

развития умений выражать свою личность с помощью медиа (53,85% голосов экспертов и 17,54% голосов педагогов).

Значимость знаний учащимися истории и теории медиа/медиакультуры оказалась учителями также занижена по сравнению с экспертной группой. Сторонников этих задач медиаобразования среди экспертов от 37% до 48%, в то время, как у опрошенных нами педагогов эти цифры колеблются в диапазоне от 7% до 14%.

Все это приводит к выводу, что, несмотря на общую поддержку учителями и экспертами приоритетности развития критического мышления на материале медиакультуры, в среде педагогов еще нет достаточного

понимания важности ряда иных существенных медиаобразовательных задач. Например, ими явно занижается потенциал медиаобразовательных занятий, связанных с развития демократического мышления аудитории, зато преувеличивается значимость «защитно-протекционистских» задач.

Итак, данные таблицы 3 дают представление о «теоретической» поддержке учителей медиаобразовательных задач. Однако нам было важно выяснить, в какой степени опрошенные нами педагоги реально используют элементы медиаобразования на своих занятиях. Результаты ответов на этот вопрос сведены в таблицу 4.

Таблица 4. Использование учителями элементов медиаобразования на уроках/занятиях

Возраст/пол учителей	Элементы медиаобразования используются на уроках/занятиях	Элементы медиаобразования не используются на уроках/занятиях	Ответ на вопрос вызывает затруднение
	Число учителей (в процентах), выбравших данный ответ		
21-30 лет/всего	70,00	0,00	30,00
21-30 лет/муж.	100,00	0,00	0,00
21-30 лет/жен.	57,14	0,00	42,86
31-40 лет/всего	41,67	25,00	33,33
21-30 лет/муж.	50,00	0,00	50,00
21-30 лет/жен.	37,50	37,50	25,00
41-50 лет/всего	36,36	18,18	45,45
41-50 лет/муж.	25,00	25,00	50,00
41-50 лет/жен.	42,86	14,28	42,86
51-60 лет/всего	25,00	33,33	41,67
51-60 лет/муж.	60,00	20,00	20,00
51-60 лет/жен.	0,00	42,86	57,14
61-70 лет/всего	8,33	25,00	50,00
61-70 лет/муж.	0,00	0,00	100,00
61-70 лет/жен.	10,00	30,00	60,00
Все возрастные группы /всего	35,09	21,05	43,86
Все возрастные группы /муж.	50,00	11,11	38,89
Все возрастные группы /жен.	28,20	25,64	46,15

*Анализ таблицы 4. Использование учителями элементов медиаобразования на уроках/занятиях*

Напомним, что анализ данных таблицы 2 показал, что около 75% учителей считают, что медиаобразование школьников – необходимая

составляющая современного учебного процесса. Вместе с тем из данных таблицы 4 ясно, что на деле только 35,09% (50,00% мужчин и лишь 28,20% женщин, среди которых преподаватели старше 51 года составляют меньшинство) опрошенных педагогов твердо

заявляют, что они в той или иной степени используют элементы медиаобразования на своих занятиях.

21,05% учителей (11,11% мужчин и 25,64% женщин, большая часть – старшего возраста) признаются, что никогда не используют на своих занятиях элементы медиаобразования. У остальных ответ на этот вопрос вызывает затруднение. И понятно почему: из анализа данных следующих таблиц (№ 5,6) выяснилось, что около половины учителей очень

редко опирается на медиаматериал на уроках, в том числе по причине нехватки знаний по теории и методике медиаобразования (последнее, на наш взгляд, – еще один серьезный аргумент в пользу введения новой вузовской специальности «медиаобразование» в педагогических вузах).

Данные о степени регулярности медиаобразовательных занятий, проводимых опрошенными учителями, сведены нами в таблицу 5.

Таблица 5. Регулярность использования учителями элементов медиаобразования на уроках/занятиях с учащимися

Возраст/пол учителей	Элементы медиаобразования используются почти на каждом уроке, факультативном, кружковом занятиях	Элементы медиаобразования используются при проведении большинства уроков, факультативных, кружковых занятий	Элементы медиаобразования используются на уроках/занятиях редко или вообще не используются
	Число учителей (в процентах), выбравших данный ответ		
21-30 лет/всего	20,00	30,00	50,00
21-30 лет/муж.	33,33	33,33	33,33
21-30 лет/жен.	14,28	28,57	57,14
31-40 лет/всего	16,67	33,33	50,00
21-30 лет/муж.	0,00	50,00	50,00
21-30 лет/жен.	25,00	25,00	50,00
41-50 лет/всего	0,00	27,27	72,73
41-50 лет/муж.	0,00	25,00	75,00
41-50 лет/жен.	0,00	28,57	71,43
51-60 лет/всего	8,33	25,00	66,67
51-60 лет/муж.	20,00	20,00	60,00
51-60 лет/жен.	0,00	28,57	71,43
61-70 лет/всего	0,00	25,00	75,00
61-70 лет/муж.	0,00	100,00	0,00
61-70 лет/жен.	0,00	10,00	90,00
Все возрастные группы /всего	8,77	28,07	63,16
Все возрастные группы /муж.	11,11	38,89	50,00
Все возрастные группы /жен.	7,69	23,08	69,23

*Анализ таблицы 5. Регулярность использования учителями элементов медиаобразования на уроках/занятиях с учащимися*

Анализ данных таблицы 5 показывает, что только 8,77% (из них более активны учителя-мужчины возрастной группы от 21 до 30 лет) опрошенных педагогов используют элементы медиаобразования почти на каждом

уроке/занятии. 28,07% учителей занимаются медиаобразованием учащихся на большинстве уроках/занятий (мужчин здесь на 15% больше женщин).

63,15% педагогов (женщин, особенно старшего возраста, здесь почти на 20% больше, чем мужчин) заявили, что элементы медиаобразования используются ими очень

редко, или не используются никогда. Учитывая, что, по данным таблицы 4, 21,05% учителей указали, что не занимаются медиаобразованием на уроках, можно сделать вывод, что редкое использование элементов

медиаобразования на уроках свойственно 42,10% опрошенных педагогов.

Естественно, нас не мог не заинтересовать вопрос о том, что же мешает учителям заниматься медиаобразованием учащихся. Мнения педагогов об этом сведены в таблице 6.

Таблица 6. Причины неиспользования учителями элементов медиаобразования на уроках/занятиях с учащимися

Возраст/пол учителей	Причины неиспользования учителями элементов медиаобразования				
	Не хватает знаний о теории и методике медиаобразования	Нет желания заниматься медиаобразованием школьников	Нет материальной заинтересованности в проведении медиаобразовательных уроков	Не знаю, как обращаться с медиа-техникой	Нет рекомендаций по поводу медиаобразования со стороны начальства
Число учителей (в процентах), выбравших данный ответ					
21-30 лет/всего	30,00	0,00	40,00	10,00	70,00
21-30 лет/муж.	00,00	0,00	0,00	33,33	100,00
21-30 лет/жен.	42,86	0,00	57,14	0,00	57,14
31-40 лет/всего	50,00	8,33	100,00	16,67	66,67
21-30 лет/муж.	75,00	0,00	100,00	0,00	100,00
21-30 лет/жен.	37,50	12,50	100,00	25,00	50,00
41-50 лет/всего	54,54	18,18	90,91	18,18	90,91
41-50 лет/муж.	50,00	25,00	75,00	0,00	100,00
41-50 лет/жен.	57,14	14,28	100,00	28,57	85,71
51-60 лет/всего	83,33	8,33	91,67	25,00	100,00
51-60 лет/муж.	80,00	0,00	80,00	0,00	100,00
51-60 лет/жен.	85,71	14,28	100,00	42,86	100,00
61-70 лет/всего	50,00	33,33	66,67	50,00	58,33
61-70 лет/муж.	50,00	50,00	100,00	0,00	100,00
61-70 лет/жен.	50,00	30,00	60,00	60,00	50,00
Все возрастные группы /всего	54,38	14,03	89,47	24,56	77,19
Все возрастные группы /муж.	55,55	11,11	72,22	5,55	100,00
Все возрастные группы /жен.	53,84	15,38	97,43	33,33	66,67

*Анализ таблицы 6. Причины неиспользования учителями элементов медиаобразования на уроках/занятиях с учащимися*

Анализ данных таблицы 6 показал, что большинство опрошенных учителей в качестве основного препятствия на пути медиаобразования указывает отсутствие материальной заинтересованности (89,47%, в основном это учителя старше 30 лет, женщин здесь на 25% больше мужчин). Далее идут

сетования на то, что не имеется соответствующих рекомендаций/приказов со стороны начальства (77,19% опрошенных, из них мужчин на 35% больше, чем женщин, с преобладанием педагогов в возрасте от 41 до 50 лет).

Около половины педагогов (54,38%, в основном это представители возрастной группы старше 30 лет) осознают, что у них не хватает знаний о теории и методике медиаобразования. 24,56% учителей (из них



только 5,55% мужчин, зато 33,33% женщин, в большей степени старшего поколения) считают серьезной помехой свое неумение обращаться с медиатехникой. И только у 14,03% (в основном это педагоги старше 60 лет) нет никакого желания заниматься медиаобразованием школьников. Причем в возрастной группе 21–30 лет нет ни одного принципиального противника медиаобразования.

Таким образом, наиболее существенным тормозом развития медиаобразования российские учителя считают низкую зарплату, хотя далее выясняется, что почти столь же значима безынициативность самих педагогов, не решающихся на «медиаинновации» без указки вышестоящих инстанций. Вместе с тем не менее существенный тормоз, на наш взгляд, – слабая медиаобразовательная база знаний учителей.

### *Общие выводы*

Анализ проведенного нами опроса учителей показал, что, осознавая огромную значимость медиа в жизни человека нынешнего информационного общества, три четверти из них поддерживают необходимость медиаобразования школьников и студентов, а 58% считают, что педагогическим вузам сегодня нужна новая специальность – «медиаобразование». При этом большинство учителей справедливо полагает, что сочетание автономных и интегрированных занятий со школьниками/студентами сегодня наиболее эффективный путь для развития медиаобразования, а следовательно, – для повышения медиаграмотности подрастающего поколения.

Однако, несмотря на поддержку большинством педагогов задач развития критического

мышления аудитории на материале медиакультуры, ими существенно завышается важность «предохранительных» задач медиаобразовательных занятий и, наоборот, принижается значимость развития демократического мышления учащихся, их знаний о теории и истории медиа/медиакультуры.

Кроме того, несмотря на теоретическую поддержку медиаобразования со стороны 75% опрошенных учителей, реально только одна треть из них использует элементы медиапедагогике на своих уроках (8,77% – почти на каждом занятии, а 28,07% – на большей части уроков), а одна пятая, напротив, не делает этого никогда.

Самым главным стопором для интенсивного развития медиаобразования российские учителя называют отсутствие материальной заинтересованности, хотя, на наш взгляд, не менее важными здесь выступают причины, набравшие несколько меньшее количество учительских голосов, – пассивное ожидание распоряжений начальства и низкий уровень знаний современных российских педагогов по теории и методике медиаобразования.

Итак, анализ опроса учителей еще раз убедил нас в том, что для интенсивного развития медиаобразования в России нельзя обойтись без официального открытия новой вузовской специальности «медиаобразование» (именно специальности, т.к. одноименная специализация уже зарегистрирована в 2002 году) и чтения медиаобразовательных спецкурсов студентам всех педагогических вузов. Только когда медиаграмотные выпускники вузов придут работать в школы, можно будет говорить о существенном сдвиге в медиаобразовательном процессе.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Fedorov, A. Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions. In: MENTOR. A Media Education.
2. Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Paris: UNESCO, 2003.
3. Hart, A, & Suss, D. (Eds.) Media Education in 12 European Countries. Zurich: The Swiss Federal Institute of Technology, 2002.
4. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, 1999. Pp.273–274. Reprint in: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001. P.152.
5. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: ЦВБВР, 2001.

**РЕЗЮМЕ**

Автор в рамках исследования, положенного в основу статьи и поддержанного Советом по грантам Президента Российской Федерации для поддержки ведущих научных школ России (грант № НШ-657.2003.6.), сделал попытку ответить на вопросы: готовы ли российские учителя к внедрению медиаобразовательных идей? Как учителя относятся к проблеме медиаобразования в школе и вузе? Какие его задачи считают наиболее важными? В какой степени используют элементы медиаобразования на уроках? Что, по их мнению, мешает им заниматься медиаобразованием?

**SUMMARY**

The author attempts to answer the question of whether Russian teachers are ready for the implementation of the ideas of media-education within the framework of the research on which this article is based. This research was supported by the commission on the grants of the President of the Russian Federation for the support of the leading Russian scientific schools (grant № NSH – 657.2006.6). What is the attitude of teachers to the problem of media education in schools and higher educational institutions? Which aims of media-education do they consider most important? To which level do they use the elements of media-education during their lessons? What is their opinion on the reasons preventing them from using media-education?