



Климентина ИСМАИЛОВА
кандидат филологических наук, доцент
Узбекский государственный университет
мировых языков

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В УЗБЕКИСТАНЕ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Мақолада Ўзбекистондаги бугунги медиатаълим муаммолари ва ривожланиш тенденциялари ўрганилмоқда. Миллий медиапедагогика тараққиётининг ўзига хосликлари ва уни Республикамиз таълим тизимига татбиқ қилиш имкониятлари кўриб чиқилмоқда. Муаллиф дунёнинг етакчи давлатлари оммавий ахборот воситалари амалиётини қиёсий таҳлил қилган ҳолда, мамлакатимизда ўсиб келаётган авлоднинг ахборий саводхонлиги ҳамда медиамаданиятини шакллантиришда медиатаълимдан фойдаланиш истиқболларини тадқиқ этган.

В статье рассматриваются тенденции, проблемы медиаобразования в современном Узбекистане. Анализируются особенности развития отечественной медиапедагогике, возможности внедрения ее в общую образовательную систему республики. На основе сопоставительного анализа медиапрактик ведущих государств мира автор исследует перспективы использования медиаобразования в формировании информационной грамотности и медиакультуры подрастающего поколения в нашей стране.

This article considers tendencies, problems, and perspectives of Media Education in modern Uzbekistan. It analyses peculiarities of developing media pedagogy, establishing it in general education system of the Republic. By comparing media experience of developed countries author investigates the youth's knowledge on information, and using media education to form media culture in our country.

Калит сўзлар: массмедиа, оммавий ахборот воситалар (ОАВ), медиатаълим, медиапедагог, медиатехнологиялар, медиамаҳсулот, ахборий саводхонлик, медиамаданият.

Ключевые слова: массмедиа, средства массовой информации (СМИ), медиаобразование, медиапедагог, медиатехнологии, медиапродукция, информационная грамотность, медиакультура.

Key words: mass media, media, media education, media pedagogy, mediatechnics, mediaproduction, importance of information, media culture.

Исследователи и практики массмедиа по праву называют медиаобразование одним из самых динамично развивающихся секторов образования. Согласно определению видного российского исследователя медиапедагогики Александра Федорова современное медиаобразование:

– касается всех видов СМИ, включая печатное слово и графику, звук, статичное и движущееся изображение, передаваемое с помощью любой технологии;

– позволяет людям достичь понимания СМИ, используемых в обществе, и то, как они действуют, и получить навыки использования этих медиа для общения;

– помогает людям научиться: анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; идентифицировать источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/ или культурные смыслы и контекст; интерпретировать основную идею и ценности, преподносимые СМИ; выбирать соответствующий вид медиа для сообщения собственных посланий или историй, рассчитанных на определенную аудиторию; получать или требовать доступ к медиа для восприятия и создания медиатекстов (4,27).

Во многих государствах медиаобразование стало массовым и обязательным для всех обучающихся в образовательных учреждениях. Так, в большинстве стран Европы, Австралии, Америки медиаобразование интегрировано в национальные учебные планы, оно становится идеологией образовательных СМИ(1, 4). В некоторых государствах созданы общественные Советы по медиаобразованию, издаются специализированные журналы и дайджесты. Так, в Российской Федерации вот уже несколько десятилетий функционирует Ассоциация кинообразования и медиапедагогики России, с 2014 года осуществляет деятельность Ассоциация специалистов медиаобразования, на протяжении одиннадцати лет издаются специализированные журналы «Медиаобразование», «Медиаскоп» и др., регулярно проводятся медиаобразовательные конференции и фестивали.

В Узбекистане в последние годы тоже наметились положительные сдвиги в данном направлении. Представительство ЮНЕСКО в нашей стране, подтверждая положение своей организации о том, что «медиаобразование – приоритетная область культурно-педагогического развития XXI века»(2, 73), только за последние три года провела свыше 20-ти конференций, семинаров по актуальным вопросам медиаобразования, спонсировало издание практического руководства «Медиаобразование Узбекистана на пути прогресса»(3). Филиал DVV International в Узбекистане внес свой весомый вклад в усиление роли медиаобразования в республике, организовывая тренинги по информационной грамотности в областях страны, выделяя

гранты на подготовку и переподготовку медиапедагогов, организацию спецкурсов по медиаобразованию в педагогических вузах и колледжах Узбекистана. Традиционно стали проводиться на факультетах журналистики вузов республики научно-практические конференции, посвященные различным аспектам медиаобразования.

Следует особо отметить, что в нашей стране, в отличие от некоторых стран Центрально-Азиатского региона, таких как, например, Таджикистан, Туркменистан, где медиаобразование понимается, главным образом, как процесс обучения с помощью медиасредств и медиатехнологий, медиаобразование рассматривается как самостоятельная дисциплина, направленная на обучение населения и, главным образом, молодежи, работе с информацией, взаимодействию со СМИ, формированию критического восприятия медиапродукции и на основе этого совершенствования медиакультуры аудитории в целом. Как нам представляется, данный подход более целесообразен и продуктивен в контексте развития современного медиаобразования.

К положительным тенденциям медиаобразования в Узбекистане можно отнести следующее:

- постепенное осознание его важности общественностью республики и принятие «медиаобразования» как актуального образовательного направления;
- взаимодействие государственных структур и общественных организаций в стремлении повысить статус медиаобразования в стране;
- обращение к передовому зарубежному опыту стран-лидеров в медиаобразовании;
- расширение спектра форм и подходов к медиаобразовательной деятельности, учитывающих региональные и национальные особенности;
- рост движения инициаторов и энтузиастов массового и профессионального медиаобразования.

Все большее проявление получает тенденция, характерная, к примеру, для Великобритании, Канады, США и Германии середины – конца 90-х годов прошлого столетия, а именно, смещение акцента на компьютерную грамотность и медиаобразование на материале Интернет. Это обусловлено, в первую очередь, повышением степени интерактивности массмедиа, интенсивным развитием онлайн журналистики, усилением воздействия новых информационных технологий на производство медиапродукции. В качестве примера можно привести проект филиала Немецкой Ассоциации Народных университетов в Узбекистане (DVV) «Школа молодых лидеров для решения экономических и социальных проблем», в рамках которого один

из пяти модулей посвящен вопросам цифровой информации и медиаграмотности/компетентности(6, 3).

Примечательно, что, обращаясь к опыту медиаобразования той или иной зарубежной страны, отечественные теоретики и практики этой сферы образовательной деятельности не заимствуют ту или иную модель медиаобразования в полной мере, а используют те аспекты, которые подходят под наши реалии, отражают нашу ментальность. Особенно актуальны, на наш взгляд, те зарубежные наработки в медиаобразовательной деятельности, которые направлены на подготовку аудитории к взаимодействию с рыночно ориентированными СМИ, со свойственной им спецификой и проблематикой.

Развитие медиаобразования в мире сегодня происходит неравномерно и сталкивается с различного рода проблемами. Многим странам все еще приходится вести непростую работу по изменению общественного мнения в сторону признания медиаобразования как важного направления взаимодействия населения и массмедиа, бороться с инертностью властей по включению медиаобразования в приоритетные задачи информационной политики государства. Добиваться финансовой поддержки медиаобразовательных проектов, интеграции медиаобразования во все существующие формы обучения. Отечественным «проводникам» медиаобразования также необходимо вести последовательную и целенаправленную деятельность в этом направлении. Ведь, как справедливо заметил профессор факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета, член Ассоциации кинообразования и медиапедагогики России С.Г. Корконосенко, «новое поколение свободно, и критически мыслящие люди, обладающие иммунитетом к массово-коммуникационному манипулированию и к бацилле компьютеромании, – это надежда государства и общества»(5, 81).

В Узбекистане состояние медиаобразования на сегодняшний день можно охарактеризовать как находящееся в стадии становления. Отсутствует концепция национальной модели развития медиаобразования, нет единой системы медиапедагогики. Медиаобразовательные проекты больше проявляются в неформальном обучении (тренингах негосударственных образовательных учреждений, курсах повышения квалификации и т.п.). Не хватает специалистов, способных эффективно обучать медиаграмотности. Мало учебных центров, готовящих высококвалифицированных медиапедагогов. Более того, такая специальность остается невостребованной по причине невыявленности спроса подобного рода специалистов на современном рынке труда.

Развитие медиаобразования в нашей стране также замедляют разногласия между теми, кто видит главную цель медиаобразования в изучении манипулятивного воздействия средств массовой коммуникации на аудиторию, и теми, кто рассматривает данную сферу образовательной деятельности как важную составляющую информационной грамотности человека, акцентируя внимание на формировании умения критического мышления и развитии способности создавать медиапродукты.

В решении проблем медиаобразования в нашей стране, как нам представляется, существенную роль могут сыграть следующие меры:

- активизировать участие деятелей отечественного медиаобразования в различных международных конференциях по данному направлению;
- создать национальных интернет-сайты по медиаобразованию;
- внедрить в учебные планы высших учебных заведений республики новую педагогическую специализацию «Медиаобразование»;
- сформировать систему эффективной подготовки медиапедагогов как в формальном, так и неформальном образовании;
- создать условия, при которых специальность «медиапедагог» стала бы востребованной на отечественном рынке труда;
- наладить выпуск изданий по истории, теории и практике медиаобразования;
- увеличить и поднять на новый качественный уровень диссертационные исследования и иные научные изыскания, посвященные различным направлениям медиаобразования. При этом приоритет необходимо отдавать не изучению воздействия массмедиа на человека (как это имеет место сейчас), а исследованиям по эффективности медиаобразования.

У медиаобразования в нашей стране в обозримом будущем огромные перспективы. Есть все предпосылки для того, что оно будет все сильнее заявлять о себе как процесс развития личности во взаимодействии с массмедиа, как сфера обучения полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, как образовательная среда для творческого самовыражения с помощью медиасредств.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Актуальные задачи медиаобразования // Сборник научно-методических статей к конференции «Актуальные задачи медиаобразования в условиях расширения общественного участия в управлении образованием» 7–9 декабря 2009 г. – Екатеринбург, 2009// <http://evartist.narod.ru/text19/035.htm>
2. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический проект, 2005. – 448 с.

3. Ўзбекистон медиатаълим тараққиёти йўлида / Тузувчилар: Маматова Я., Сулайманова С. – Т.: Extremum-press, 2015. – 94 с.
4. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. – Таганрог: Изд-во Таганрогского государственного педагогического института, 2010. – 57 с.
5. Федоров А.В. Состояние медиаобразования в мире: мнения экспертов // <http://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-mediaobrazovaniya-v-mire-mneniya-ekspertov>
6. <http://www.dvv-international.uz/fileadmin/files/central-asia/documents/InfoLetter-YP-UZ.pdf>