

**Медиаобразование в Венгрии:
традиции и современность***

**Media Education in Hungary:
Traditions and Modern Trends**

*А.А.Левицкая,
кандидат педагогических наук,
доцент Таганрогского института управления и экономики,
член Ассоциации кинообразования и медиапедагогике России,*

*Dr. Anastasia Levitskaya
Docent of Taganrog Institute of Management and Economics,
(Taganrog, Russia), member of Russian Association for Media Education*

Аннотация. В статье рассматриваются исторические вехи развития медиаобразования в Венгрии, представлены две основные традиции: эстетическая и семиотическая. Представлена современная образовательная политика в области развития медиаграмотности, охарактеризованы ее отличительные признаки и основные направления.

Ключевые слова: Венгрия, медиаобразование, эстетический подход, семиотический подход, государственный образовательный стандарт, учебный план, программа.

Abstract. The author highlights the historical stages of the development of media education in Hungary and presents its two main traditions: aesthetic and semiotic. The article also describes the current educational policy in media literacy development, its characteristics and main trends.

Key words: Hungary, media education, aesthetic approach, semiotic approach, National basic curriculum, school curriculum, program.

* Статья написана при финансовой поддержке НИР по государственному заданию Министерства образования и науки Российской Федерации (2012-2014), Наименование НИР: «Сравнительный анализ развития медиаобразования в странах Восточной Европы (1992-2012)», № 6.377.2011. Научный руководитель – доктор педагогических наук, профессор А.В.Федоров.

В 2011 году по индексу развития человеческого потенциала, используемому ООН (ИРЧП/HDI) - интегральному показателю, измеряющему уровень жизни, грамотности, образованности и долголетия населения - Венгрия (население чуть более 10 миллионов жителей), заняла 38 место (для сравнения: первое место занимает Норвегия, а Россия – 66). Представители венгерской нации внесли ощутимый вклад и в развитие мировой науки, и культуры. Весьма показательны в этом отношении достижения венгерской медиапедагогике.

История развития медиаобразования в Венгрии обусловлена историческими процессами, происходящими в послевоенной Европе,

политикой государства по отношению к СМИ. В условиях социализма власти формулировали задачи, стоящие перед образованием в целом и перед его отдельными сферами. Венгерское сообщество педагогов и специалистов в области кино в числе первых осознала роль аудиовизуальной культуры в обществе. Интеграция кинообразования началась в 1957 году с основанием первых кино клубов. В 1961 году был основан Молодежный кинокомитет, куда входили несколько организаций и институтов, занимающихся проблемами образования. Однако в те годы деятельность даже общественных организаций дирижировалась политической властью.

Второй этап начался в 1965 году и длился до 1978 года, когда был утвержден новый государственный стандарт. На этом этапе кинообразование фигурировало в учебных планах в содержательном блоке «Эстетика кино» в рамках дисциплины «Венгерский язык и литература». Исходя из этого, специального обучения для учителей не было, однако в 1970-х годах сформировались профессиональные рабочие группы, ставшие в дальнейшем основной силой педагогических инноваций.

Третий этап развития медиаобразования в Венгрии пришелся на 1978-1988 годы. В это время прежний стандарт потерял свою легитимность, а вместе с ним приостановилось и кинообразование. В течение нескольких лет отдельные инициативы венгерских педагогов внедрить медиаобразование в учебных заведениях страны тормозились бюрократическими препонами.

Четвертый этап продлился с 1989 по 1995 год. Во время и после крушения командно-административной системы (1989-1990) венгерские учителя, привыкшие следовать диктату учебных планов в течение многих лет, столкнулись с новыми вызовами – ответственностью за разработку авторских учебных программ. Причем, период смены режима характеризовался стремительно варьирующимися желаниями правительства.

В 1992 году появилась третья редакция национального базового образовательного стандарта (NAT-3). В 1994 году был издан документ, дополняющий стандарт. В нем подчеркивалась важность защиты высокой культуры: элитарный подход к культурным ценностям. Левое крыло правительства, пришедшее к власти в 1994 году, одобрило новую редакцию госстандарта (который спустя три года также был подвергнут изменениям).

В целом четвертый этап развития медиаобразования в Венгрии характеризовался альтернативными, местными инициативами и экспериментами параллельно с начинающейся децентрализацией системы образования в целом. До 1995 года учебные программы были централизованы: они были ориентированы не на цели, а на предметы, одинаковые для всех школ и всех учащихся. В этих условиях киноэстетика сохранила свое место в курсе родного языка и литературы, но практически статус кинообразования снизился до факультатива.

Пятый, ключевой этап развития медиаобразования в Венгрии (1995 - настоящее время) начался с ратификации национального образовательного

стандарта, принятого в 1995 году. Этот документ предоставил медиаобразованию место в дисциплине «Искусство», программа которой состояла из четырех содержательных блоков (Киноискусство, Живопись, История искусств, Коммуникационные системы). Стандарт предписал изучение медиа в 7-х – 10-х классах. В документе не указывалось конкретное количество «медиаобразовательных» часов, но предлагалось процентное соотношение учебных часов по каждому блоку [1; 2; 4; 6; 7; 8].

1996 год ознаменовался созданием нового школьного предмета «Кинообразование и медиаобразование». Этот предмет был включен в государственный образовательный стандарт и что уникально для Европы, был введен в качестве обязательного предмета во все венгерские средние школы. В 8 классе из общего количества 980 учебных часов в год, дисциплине «Кино/медиаобразование» отводится минимум 37 часов (т.е. 1 урок в неделю), в 11 классе из общего количества 762 часов – 18. В 12 классе из 800 часов – минимум 16 [3]. С 2005 года курс «Медиаобразование» стал одним из предметов, по которым сдаются выпускные экзамены в школе, что повысило его престиж среди школьников, родителей и учителей.

После 1996 года в Венгрии были организованы региональные медиаобразовательные центры, объединившие различные организации (например, кинотеатры, местные газеты) в неформальную систему без внутренней иерархии и сохраняющие гармонию интересов и сотрудничество между школами и социумом (родительские комитеты, спонсоры, вузы, отдельные исследователи и т.п.). В 1996 году медиапедагоги основали Ассоциацию кино/медиапедагогов [6]. Ассоциация организует национальные конференции, поддерживает работу сайта. Также важным источником инноваций стал спонсируемый правительством общественный кинофонд, который оказывает медиаобразованию финансовую поддержку в форме грантов.

В современной концепции медиаобразования в Венгрии можно отчетливо выделить две традиции: эстетическую и семиотическую. Как и во многих других странах, в 1960-х годах в Венгрии активно развивался так называемый эстетический подход в кинообразовании. Венгерские школы характеризовались сильной доминантой «высокой культуры». Эстетическая (художественная) теория медиаобразования [Halls & Whannel, 1964; Баранов, 2002; Пензин, 1987, 2001; Усов, 1989, Федоров, 1993] нацелена на развитие понимания основных законов и языка медиатекстов, имеющих прямое отношение к искусству, эстетического восприятия и вкуса, способности к квалифицированному эстетическому анализу. Вот почему основное внимание уделяется анализу языка медиакультуры, критическому анализу авторской концепции художественного медиатекста.

В странах Восточной Европы (и, конечно, в России) эстетическая теория медиаобразования на протяжении многих десятилетий (с 1920-х до 1980-х годов) сочеталась с идеологической, ориентированной на

коммунистический режим. При данном подходе киноискусство находилось в более привилегированном положении, чем пресса или телевидение, а внутри спектра кино в учебный процесс отбирались авторские, элитарные картины [9, с.158-160]. Однако, начиная с 1970-х годов, эстетический подход стал интенсивно вытесняться семиотической теорией, авторы и последователи которых считают, что медиатекст следует оценивать, прежде всего, не по его эстетическим качествам, а по сути содержания, по идеям, компонентам языка, символам и знакам. Если изначально семиотика была ориентирована на лингвистику (Ф. де Соссюр, Р.Якобсон), то постепенно семиотическая теория стала применяться для изучения медиатекстов массовой коммуникации (Р.Барт, У.Эко, Ю.Лотман). Любой медиатекст рассматривается как совокупность знаков, основным содержанием медиаобразования становятся коды и «грамматика» медиатекста, то есть язык медиа, а педагогической стратегией - обучение правилам декодирования медиатекста, описания его содержания, ассоциаций, денотации и коннотации. Материалы для семиотического анализа на занятиях в студенческой аудитории включали не только произведения «высокого искусства», но любые материалы массовой коммуникации – обложки журналов, рекламные сообщения и т.п.

Семиотический анализ медиатекста тесно связан с изучением ключевого понятия медиаобразования «Язык медиа». В этом смысле медиаобразование стремится развивать знания тех способов, с помощью которых медиатексты выражают свою идею, а также развивать эти знания, совершенствуя умения текстуального анализа, которые могут прилагаться к неподвижным или движущимся образам, записанным на носитель звука или к любой комбинации вышеназванного. По отношению к понятию «язык медиа» обнаруживается единство подходов венгерских (и др.) и российских медиапедагогов (О.А.Баранов, С.Н.Пензин, Ю.Н.Усов, А.В.Федоров и др.) – и те, и другие на начальном этапе анализа медиатекстов предлагают учащимся сконцентрироваться на внимательном восприятии аудиовизуальных образов, на описании их характерных особенностей. Аудитория учится понимать условные коды медиатекстов (к примеру, становятся «прозрачными» следующие коды: объекты и явления в медиатексте могут быть увидены «глазами персонажа», а каждая радио/телепередача имеет свою, как правило, постоянную заставку). И только после этого осуществляется плавный переход к интерпретации и оценке медиатекста.

Здесь также практикуются упражнения по изучению возможностей многомерного кодирования телевидения, фотографии и кино – кадрирование изображений и фотографий (изучение системы планов), съемки видеокамерой под различными углами (изучение понятия «ракурс»), переход одного кадра в другой, ритм повествования (монтаж), ретроспекция, замедленное движение и пр. (манипуляция временем) и т.д. В итоге

понимание учащимися языка медиа включает понятие о том, как можно обозначить изменения времени и места действия в медиатекстах, или как могут быть показаны типичные характеры и ситуации, например, каков «код» изображения типичных отрицательных персонажей, а какой – типичных положительных. Или, в качестве, более сложного варианта – как нарушаются или разрушаются стандартные «коды» медиатекста в пародии или в «экспериментальном авангарде», как обыгрываются в постмодернистской стилизации традиционные «коды» классических медиатекстов [9, с.160-167].

К концу 1990-х годов тема социальной роли СМИ стала звучать в различных концептуальных аранжировках на страницах научных изданий все громче, но особенно выразительно, когда речь заходила о приобщении массовой аудитории к психологии консьюмеризма, о воздействии рекламы, развлекательного контента и пр. Это не могло не отразиться и на теории и практики медиаобразования. Ракурс социологической теории добавил в содержание дисциплины «Кино и медиаобразование» такие темы как СМИ и гражданское общество, экономические взаимоотношения государства и массмедиа, медиа и политика, глобализация и глокализация и др.

В современной Венгрии решения о культурном и креативном измерении образования производятся и на государственном (Министерством образования и культуры), и на школьном уровне. На государственном уровне, Национальный образовательный стандарт (NCC; Nemzeti Alaptanterv, NAT) определяет основные междисциплинарные цели и области знаний, список компетенций, которые необходимо развить. Национальный стандарт определяет следующие ключевые компетенции, которые должны приобрести учащиеся в ходе обучения:

- коммуникация на родном языке;
- коммуникация на иностранном языке;
- математическая компетенция;
- компетенция в естественных науках;
- информационная компетенция;
- умение самостоятельного и организованного обучения;
- инициатива;
- эстетически-художественное восприятие и выражение;
- экономическая компетенция;
- экологическое мышление;
- эстетически-художественное восприятие и выражение [1; 4; 8].

Последнее включает понимание важности эстетического восприятия и творческого выражения идей, впечатлений, чувств в традиционных художественных формах и в медиа (включая литературу, музыку, хореографию, драматическое искусство, изобразительное искусство, визуальную культуру, фотографию и кино. В венгерских школах обычно предметы этого цикла носят названия «Изобразительное искусство и

визуальная культура», «Музыка», «Драма и хореография», «Кино и медиаобразование». То, что область знаний «искусство» разделяется на эти предметы, производит синергетический эффект, т.к. все они нацелены на овладение знаниями и приобретение опыта в различных формах создания, осмысления и коммуникации, что делает значительный вклад в развитие целого спектра умений и качеств личности.

Ключевыми понятиями предмета «Кино и медиаобразование» являются: наблюдение, понимание, коммуникация, интерпретация, анализ, толерантность, критическое мышление, кооперация, выбор, толерантность, творчество. Предмет нацелен на развитие критического понимания медиа, понимание их социальной роли и функций. Он также дает представление о аудиовизуальном языке, способствует тому, что школьники развивают рефлексивность и толерантность к чужому восприятию и самовыражению через медиатекст [2].

В 1996 году после 10 лет подготовки в новый национальный образовательный стандарт был введен новый предмет «Кино и медиаобразование» и с 1998-99 учебного года эта дисциплина появилась в учебных планах всех венгерских школ с 7 по 12 класс (т.е. для школьников в возрасте 12-18 лет). Целью внедрения медиаобразования было заявлено совершенствование навыков и умений чтения и письма визуального языка как способ понимания медиа и образного мира вокруг нас.

В настоящее время в Венгрии существует три уровня обучения дисциплине: минимальный, общий и углубленный, что выражается в учебных часах, выделяемых школой. Именно школа принимает решение о том, какой уровень выбрать [3].

Таблица 1. Уровни изучения медиаобразовательных предметов в школах Венгрии

	Минимальный уровень	Средний уровень	Углубленный уровень
7-8 классы	15-20 (уроков в год)	25-30	45-50
9-10 классы	20-25	35-45	65-75
11-12 классы	20-25	35-45	65-75

Для того, чтобы получить представление о современной венгерской образовательной политике в области медиа, остановимся на основных положениях Национального стратегического плана медиаобразования, утвержденного министерством образования на 2004-2013 год [5].

Цель плана – создание и внедрение программ, направленных на развитие навыков избирательного, критического и интерактивного использования массмедиа, т.е. развитие медиаграмотности граждан,

особенно обучающихся и работающих в системе образования. Стратегия составлена в соответствии с документом Европейской комиссии от 1999 года «Принципы и рекомендации аудиовизуальной политики в эру цифровых технологий», который гласит, что «...аудиовизуальные медиа играют фундаментальную роль в развитии и передаче социальных ценностей. Не только потому, что они воздействуют в значительной степени на то, какие факты и какие образы окружающего мира мы воспринимаем, но и потому, что медиа представляют целые концепты и категории – политические, социальные, этнические, географические, психологические и т.п., - которые мы используем для интерпретации этих фактов и образов. Таким образом, массмедиа участвуют в определении не только того, что мы видим, но и как мы видим это» [5, p.1].

В стратегический план входят школьные программы медиаобразования, программы, ориентированные на развитие семейной медиаграмотности, а также программы для функционирования в общественной сфере, затрагивающие гражданские права и права ребенка. Программы нацелены на воспитание поколения ответственных граждан, также подразумевается, что эффективное медиаобразование обогащает человека необходимыми знаниями, умениями и опытом, повышающими его положение на рынке труда и делающими его более активным участником культурной жизни Венгрии и Европейского Союза.

С помощью пяти аргументов в плане обосновывается решение интеграции медиаобразования в систему среднего образования.

1. *Качественные и количественные изменения в потреблении медиа.* Система образования не смогла соответствовать изменившимся отношениям общества и медиа, отразить растущее медийное потребление детьми и молодежью, так как традиционно в школьной системе главным и единственным представителем культуры считался «канонический» литературный текст. Более того, трансформационные процессы в массовых коммуникациях породили ранее неизвестные виды медиатекстов, такие как, инфотейнмент, интерактивное радио, интернет чат. В результате этих изменений, новое поколение социализируется в новых условиях, используя новые медиа новыми способами, отличными от практики своих родителей. Трансформация содержания понятия медиаграмотности предъявляет новые требования содержанию лингвистической, литературной и коммуникационной культуры, с одной стороны, и визуальной культуры и методологии медиаобразования, с другой стороны.

2. *Социализирующий эффект медиа в мире детей, подростков и взрослых.* Кроме ограничений, касающихся насилия и сексуального содержания в медиа, медиаобразование может играть главную роль в регулировании массмедиа за счет того, что решения о противоречивом контенте должны приниматься не избранными комитетами, а зрителями. Другими словами, зрители должны решать (например, с помощью пульта

дистанционного управления), что смотреть, на основе критического, избирательного отношения к медиатекстам, которое они приобрели в результате процесса медиаобразования. Более того, их решения – реализованные как рыночный спрос, основанный на ценностях – должны способствовать повышению качества медиавещания.

3. *Роль медиаобразования в аудиовизуальной политике государства.* Что касается содержания, методологии и структуры медиаобразования, точкой отсчета должна быть комплексная роль медиа в социализации личности. Медиа несут значительную ответственность за формирование (а не только за информирование) понятий, системы ценностей и даже языков – визуальных и символических, наряду с вербальными – которые граждане используют для понимания и интерпретации окружающего мира. Следовательно, роль массовых коммуникаций распространяется и на влияние на самооценку человека и его представление о своем месте в мире, другими словами, медиа играют важную роль в формировании нашей культурной идентичности.

4. *Медиаобразование как путь к равным возможностям.* Медиа играют активную роль в процессе представления социальных перемен. Для некоторых людей – это трагические потери, а для других – пространство новых возможностей. Таким образом, идет расслоение общества на победителей и неудачников. Медиаобразование предоставляет равные возможности – ведь в социальное соревнование входит и то, насколько человек способен выбирать и использовать медийную информацию в своих интересах. Различия в моделях использования медиа различными социальными группами отражают традиционное неравенство, но они же расширяют эту пропасть. Миссия медиаобразования – предоставить детям и молодежи, населению в целом возможность приобрести компетенцию, т.е. знания и умения, которые сделают их активными пользователями медиа, а не пассивными медиапотребителями или медиажертвами.

5. *Критическое использование медиа как предпосылка к демократическому гражданству и свободной прессе.* Критическое использование медиа – необходимое условие демократического гражданства. Более того, медиа – ключевой элемент сохранения национальной культуры. Использование медиа – это важный компонент трансформации коллективной гражданской и политической культуры. Этот процесс преподает медиаобразовательному направлению важный урок, а именно, что массовая культура не просто противостоит элитарной или «высокой» культуре, но и делает свой вклад в культурное гражданство, то есть общества, созданные на основе различных выбранных идентичностей. Через медиаобразование, образовательная политика берет ответственность за утверждение коллективных норм и ценностей свободы, чести и равных возможностей [5].

Далее авторы документа сопоставляют «вызовы» информационного общества и возможности медиаобразования для соответствия им.

Таблица 2. Требования информационного общества и цели медиаобразования

Требования информационного общества	Цели медиаобразования
Непрерывное образование, конвертируемые знания, профессиональная гибкость	Открытая, критическая интерпретация медиатекстов, способность избирательного и творческого использования медиа
Деятельность в свободное время как способ аккумуляции капитала	Способность применять сознательный выбор в использовании медиа
Инновационное и эффективное использование информации	Знание процесса производства и распространения информации, умения, которые необходимы для восприятия информации
Знание о и способность использовать конвергентные технологии	Знание различных типов медиа и их взаимодействия. Способность навигации между офлайн и онлайн медиа
Восприятие социальной реальности как продукт человеческого труда (репрезентацию). Зависимость жизни от медиатизированной информации	Изучение понятия репрезентации

Следующая таблица дает представление о структуре и сроках исполнения программ плана внедрения медиаобразования в Венгрии.

Таблица 3. План внедрения медиаобразования в Венгрии

Программы, интегрирующие медиаобразование в систему образования			
Программы для школьников, студентов и учителей	Обучающие программы	Программы развития медиакомпетентности	2005-2014
		Подготовка и мониторинг выпускных экзаменов	2005-2007
	Развитие инфраструктуры	Переоборудование школьных компьютерных классов в медиа лабораторию	2005-2010
		Создание медиастудий на факультетах массовых коммуникаций	2005-2008
		Создание региональных медиациентров	2005-2010
	Развитие образовательной инфраструктуры. Демонстрационные материалы	Трансляция образовательных программ	2005-2008
		Создание национальной цифровой библиотеки	2003-2006
		Оцифровывание научных журналов	2004-2005
		Медиа о медиа – программа	2005-

		кейсов	2007
		Разработка учебников для вузов и учебно-методических материалов для конференций и семинаров	2005-2008
		Развитие библиотек	2005-2010
	Подготовка учителей	Разработка программ бакалавриата/магистратуры и курсов повышения квалификации/переподготовки	2004-2013
	Разработка учебно-методических комплексов	Создание учебных программ, в том числе междисциплинарных курсов	2005-2008
		Развитие дистанционного обучения	2005-2008
		Введение курса «Медиаобразование» для педагогических направлений	2005-2006
	Введение новой педагогической специальности	Мобильные региональные программы для подготовки учителей по направлению «Медиаобразование»	2005-2007
Научно-исследовательские программы	Медиаобразование детей дошкольного и младшего школьного возраста	Исследовательские проекты для возрастной группы 3-11 лет	2005-2010
	Исследования эффективности медиаобразования	Исследования отношения преподавателей к медиаобразованию	2005-2006
		Исследования восприятия и воздействия медиатекстов	2005-2010
Программы, поддерживающие социальные и семейные предпосылки медиаобразования			
Программы для широкого круга лиц	Использование медиа	Совместные программы для детей, родителей и учителей	2005-2010
		«Семейное медиаобразование»	2005-2010
	Внешкольные программы	Программы в региональных центрах развития личности	2005-2013
	Терапевтическое медиаобразование для людей с ограниченными возможностями	Программы медиатворчества (возможность создания собственной медиарепрезентации) для меньшинств и людей с ограниченными возможностями (цыгане, наркоманы, с физическими ограничениями)	2005-2013
Программы, касающиеся взаимосвязи медиа с работой в общественной сфере, гражданскими правами и правами детей			

Программы для студентов и учителей	Мониторинг медиатекстов.	Программа «Медиалокатор»	2005-2007
	Развитие критической социальной среды	Комплексная программа «Медийное событие месяца»	2005-2013
Программы медийного законодательства	Документ о детей и медиа	Программа «Дети-медиа-закон»	2005-2007
	Категоризация медиапродукции	Присвоение медиапродуктам / медиатекстам возрастных ограничений	2005-2007

Приведем более подробное описание некоторых из этих программ. Программы развития медиаграмотности нацелены на школьников и учителей и предназначены для обогащения медийных занятий развивающими заданиями, которые не вписываются в формат урока. Учитель дает возможность ученикам узнать рынок местных СМИ, встретиться со специалистами местных теле/радиокомпаний, прессы, исследователями; выполнить творческий проект и поделиться опытом с ровесниками.

Цели программ «Медиа и Общество», «Медиаклуб» и «Медиалагерь» - развить медиаграмотность (т.е. способность критического, избирательного и творческого использования медиа) детей в возрасте 12-18 лет, но структура и методология различны.

Например, программа «Медиа и Общество» представляет собой групповой проект, осуществляемый во внеурочное время по одной из тем на выбор группы (меньшинства, субкультуры, несовершеннолетние преступники, экологические проблемы, бездомные, и т.п.). Члены группы составляют рабочий план, собирают и готовят материалы, иллюстрирующие данную проблему. Они изучают литературные и художественные, а также типичные репрезентации выбранной темы в кино, на телевидении, радио и в прессе, и создают собственный медиапродукт / медиатекст (интервью, видео проект, статья). Программа сфокусирована на анализе и сравнении различных медиатекстов, презентацию собственного проекта.

Медиаобразование в рамках школьной программы и во внеурочной деятельности требует широкий спектр демонстрационных и обучающих материалов. Кроме доступных базовых материалов по медиаграмотности (учебники, методические указания и пр.), необходим доступ к программам, образовательным и демонстрационным материалам, связанным с ними. Для разработки таких материалов План предлагает проект «Медиа о медиа».

Цель программы – создать качественные теле и радиoprogramмы, Интернет сайты, показывающие примеры, иллюстрации, факты, драматизацию, документалистику на тему типичных, проблематичных или спорных вопросов работы СМК, таких как, образ жизни, социализация, доступ к медиа, контент, глобализация, медиатизированный образ мира, манипуляция, репрезентация, медиа этика. Итоговые продукты могут быть опубликованы в «среде обитания» СМИ, например, на Интернет форуме, и

использованы в любой другой программе (курсах для учителей, школьных занятиях и пр.), нацеленной на развитие медиаграмотности.

Заявка на участие в программе подается по одной из шести тем (использование медиа, контент, репрезентация, манипуляция, медиа и культура, медиа этика) и проходит два тура. Первый тур включает подготовку синопсиса и детализированной структуры будущих программ. Прошедшие во второй тур участники должны реализовать свои программы, транслировать и тиражировать подготовленную медиапродукцию.

Медиаобразование в Венгрии интенсивно интегрировалось в сферу профессиональной подготовки учителей. Поэтому 30 педагогов, уже имеющих высшее образование, были отобраны для 600 часовых курсов для того, чтобы стать модераторами в разных областях страны. Их задачей стала организация региональных медиацентров, менеджмент интеграции медиаобразования в их регионе, консультативная поддержка и организация курсов для учителей.

Начиная с 1997 года курсы учителей в региональных медиаобразовательных центрах длительностью от 30 до 120 часов проводятся в шести городах Венгрии. В каждом принимают участие от 20 до 40 человек. На занятиях учителей знакомят с примерными программами медиаобразования, помогают разработать собственную программу в рамках учебных планов их школ, предоставляют примеры методики обучения киноязыку, анализа медиатекста, креативной медиапедагогике и пр.

Впервые педагогическое направление бакалавриата «Медиаобразование» было введено на факультете эстетики крупнейшего венгерского университета (ELTE, Будапешт) в 1994-1995 учебном году. Первые 35 выпускников закончили институт в 1998 году. Курс обучения состоял из 8 семестров, а дисциплины включали историю и теорию киноискусства, теорию массовой культуры, кинокритику, телевизионные жанры, методы обучения.

Теперь аналогичные программы существуют еще в шести высших учебных заведениях Венгрии. К 2002 году 200 венгерских учителей прошли подготовку по специальности «Медиаобразование» и еще 500 прошли базовые курсы переподготовки.

К 2013-2014 учебному году каждый венгерский учитель, преподающий медиадисциплину, должен иметь специальную квалификацию, а до этого времени – по крайней мере сертификат о пройденном 120 часовом курсе переподготовки в области медиаобразования. Учителя могут подать заявку на грант, который частично покрывает стоимость обучения (40-60%) и обучающих материалов. Эта программа – одна из центральных пунктов стратегического плана, с ее помощью организуется непосредственный контакт с большинством школ (включая конференции, издательство и распространение новостных листков, брошюр, онлайн консультирования).

Кроме того, проводится дистанционное обучение преподавателей, обеспечивающее и контент, и техническую поддержку.

Еще один важный компонент программы – это комплекс научно-исследовательских проектов, призванный обеспечить валидной научной информацией для использования в долгосрочном планировании медиаобразовательного процесса. Эти проекты в основном основываются на методологии социологии массовых коммуникаций и концентрируются на исследованиях медиаобразования для детей раннего возраста.

В плане также присутствует и интеграция медиаобразования в среднее профессиональное образование, ввиду того, что на рынке труда в информационной сфере появляется все больше рабочих мест такого профиля.

Особый интерес представляют программы, направленные на построение взаимодействия учителей, родителей и школьников. Исследовательская часть направлена на изучение индивидуального и семейного контекста использования медиа. В итоге проводятся форумы и конференции, где родители и эксперты могут поделиться результатами исследования. Вторая часть включает разработку моделей для потенциального сотрудничества школы и семьи в вопросах использования и интерпретации медиатекстов, и реализацию программ, основанных на этих моделях.

Цель программы «Медийное событие месяца» – создание и поддержка интернет-форума и образовательного архива, который значительно поможет в развитии критического мышления массовой аудитории. Это профессионально регулируемый и регулярный диалог с аудиторией о медиатекстах, которые вызывают наибольший интерес в данное время. Затем редакторы сайта выбирают событие месяца, дополняют его материалами дискуссии и распространяют в 30-50 школах, чтобы те могли использовать эти материалы на медиаобразовательных занятиях. Программа завершается конференцией в конце каждого учебного года, где школы, критики и представители СМИ могут оценить работу общественного сайта.

Протекционистский фокус медиаобразования отражен в программе по информационной защите детей, с помощью которой школы и детские сады обеспечиваются информационными материалами, касающимися прав ребенка, родителей и учителей и медиа. В центре внимания – вопросы, касающиеся изображения детей в массовых медиатекстах и правовом регулировании защиты личной информации.

Выводы. С исторической точки зрения, медиаобразование в Венгрии прошло путь от эксклюзивности эстетического подхода к семиотическому и социокультурному подходу: на первом-третьем этапах развития кино/медиаобразование было подчинено педагогическим целям художественного воспитания. Характерно, что на четвертом и пятом этапах преобладает модель критического восприятия и анализа медиатекстов.

Интеграция медиаобразования в систему среднего образования происходила следующим образом: на первом этапе основой был киноклуб, в то время как эксперименты и индивидуальные инициативы учителей изобразительного искусства и родного языка и литературы превалировали на четвертом этапе. На 2, 3 и 5 этапе медиаобразование - часть обычной школьной программы, массового образования в различных формах. Современная венгерская модель медиаобразования пытается выдерживать баланс между эстетическим и социологическим подходом. основополагающая цель – понимание медиатекста как элемента культурной истории.

Итак, к началу XXI века кино и медиаобразование в Венгрии освободилось из под юрисдикции предмета «Венгерский язык и литература» и получило статус обязательного предмета школьной программы – «Кинообразование и медиаобразование». Кроме того, за последние несколько лет в Венгрии сформировался новый тип медиакомпетентного учителя.

Несмотря на то, что некоторые исследователи считают, что, возможно, тем самым венгерская модель медиаобразования потеряла свой изначальный шарм уникальности и инновационности [8], зато, безусловно, приобрела не только уникальный для Европы статус (вслед за Венгрией обязательное медиаобразование в школах было введено в Чехии и Словакии), но и профессионализм.

Литература

1. Benyei-Fazekas, J. (1999). What, When, how and Why? Media Education in Hungary. In: Educating for the Media and the Digital Age. Vienna: Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO, p.55-65.
2. Bodóczy I. Arts and Cultural Education at School in Europe. Hungary (2007/08). European Commission. URL: <http://www.nefmi.gov.hu/europai-unio-oktatas/eurydice/arts-and-cultural-091030>. (дата обращения: 10.02.2012)
3. Current trends and approaches to media literacy in Europe, 2007. URL: <http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/country/hungary.pdf>. (дата обращения: 10.02.2012)
4. Hartai L., Gyorgy, J., Benyei J. and others. (2001). Motion Picture and Media Education in Hungary. CD-ROM. Budapest.
5. Hungarian National Media Education Strategic Plan 2004-2013. Ministry of Education.
6. Hungarian Association for Film and Media Education - Ассоциация кино и медиаобразования Венгрии [сайт]. URL: <http://www.c3.hu/~mediaokt/angol.htm> (дата обращения: 20.02.2012).
7. Kozak Z. (2011). Competing with Yourself – how the annual competition in media literacy became a tool for personality development and making social change. In: Video Education, Media Education and Lifelong Learning: A European Insight. A.G.Martin (Ed.). Kulturring in Berlin, E.V., pp.96-100.
8. Szijarto, I. (2002). Motion Picture and Media Education in Hungary. In: Hart, A. & Süss, D. (Eds.) Media Education in 12 European Countries. Zurich: Swiss Federal Institute of Technology, pp. 65-77.
9. Федоров А.В., Левицкая А.А. Массовое медиаобразование в мире: прошлое и настоящее. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2011. 609 с.