



СОВРЕМЕННОЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В ВЕДУЩИХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТРАНАХ

CONTEMPORARY MEDIA EDUCATION IN THE LEADING ENGLISH- SPEAKING COUNTRIES

Р. В. Сердюков
R. V. Serdyukov

Таганрогский педагогический институт им. А. П. Чехова, Россия, 347936, г. Таганрог, ул. Инициативная, 48
Taganrog Pedagogical Institute named after A. P. Chekhov, 48, Initsiativnaya Str., Taganrog, 347936, Russia

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность, США, Канада, Великобритания, Австралия, сравнение, анализ, школы, педагоги.

Keywords: media education, media literacy, media competence, USA, Canada, Great Britain, Australia, comparison, analysis, schools, teachers

Аннотация: В статье рассматривается современное медиаобразование в ведущих англоязычных странах (США, Канаде, Великобритании и Австралии). Автор рассматривает степень практического внедрения медиаобразования в американских, канадских, британских и австралийских школах, ключевые цели и задачи медиаобразования в этих странах, а также основные медиаобразовательные теории.

Resume The article examines modern media education in English-speaking countries (USA, Canada, Great Britain and Australia). The author examines the degree of practical implementation of media education in American, Canadian, British and Australian schools, the basic objectives and goals as well as the main concepts of media education.

Жизнь в современном мире невозможно представить без медиа (средств массовой информации и коммуникации), к которым принято относить печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, звукозапись и систему интернет. Начиная с середины XX века медиа стали неотъемлемой частью жизни людей.

В новом тысячелетии медиа, несомненно, оказывают значительное воздействие на формирование подрастающей личности и ее мировоззрения. Зародившееся в 60-х годах XX века в ряде стран мира (Великобритания, Канада, Соединенные Штаты Америки, Австралия и др.) движение медиаобразования в XXI веке развивается все более интенсивно.

В последние годы в России обозначилась тенденция изучения достижений зарубежного медиаобразования. Несомненно, изучение и критическое осмысление опыта ведущих стран мира будет способствовать более эффективному развитию отечественного медиаобразования.

В этой статье мы рассмотрим степень практического внедрения медиаобразования в американских, канадских, британских и австралийских школах, ключевые цели и задачи медиаобразования в этих странах, а также основные медиаобразовательные теории.

Один из ключевых показателей состояния развития медиаобразования в отдельно взятой стране – это степень его практического внедрения в средних школах. По этому признаку ведущие англоязычные страны можно разделить на две группы: это страны, в которых медиаобразование обязательно на всех уровнях школьного обучения (Канада, Австралия), и страны, в которых интеграцию обязательного медиаобразования в учебные планы средних школ еще предстоит осуществить в будущем (Великобритания, США).

Так, к началу XXI века в Канаде медиаобразование уже было включено в учебные планы всех начальных и средних школ. Стоит упомянуть, что каждая из десяти канадских провинций и трех территорий имеет собственную образовательную систему, что затрудняло имплементацию единой медиаобразовательной политики. Тем не менее, после принятия Протокола о сотрудничестве в области образования западной и северной Канады (WNCOP), а также благодаря усилиям Образовательного фонда атлантических провинций (APEF) обязательное медиаобразование во всех канадских школах все-таки было введено. В настоящее время медиаобразование является обязательным во всех канадских провинциях и территориях для всех школьников с 1 по 12 классы.

В Австралии изучение медиа также предусмотрено школьными учебными планами всех штатов. Каждый австралийский ребенок обязан учиться в школе до 15-ти лет. 70% школьников продолжают свое обучение до 17 лет.²³⁹ При этом медиаобразование (в Австралии также

²³⁹ McMahon, B. and Quin, R. Australian Children and the Media Education, Participation and Enjoyment. In:



применяется термин «Media Studies Viewing») осуществляется в основном в старших классах, хотя затрагивает и начальную школу. В старших классах существуют автономные курсы под названием «Media Studies», но медиаобразование также интегрировано в дисциплины «Английский язык», «Искусство», «Технологии» и т.д. В Западной Австралии, например, медиаобразование уже давно включено в учебный план средних школ для учащихся возраста 12-17 лет.²⁴⁰ В начальных классах формального учебного плана по медиаобразованию нет, однако оно интегрировано в курс английского языка. Занятия медиаобразовательного цикла проводят преподаватели, прошедшие соответствующую подготовку на специальных курсах.

В отличие от Канады и Австралии, в британских школах доля изучения медиакультуры в интегрированных занятиях невысока (например, за целый учебный год медиаобразование может занимать всего лишь 1–2 недели, на более углубленном уровне медиа изучается только в 8% британских школ).

В начальных школах Великобритании медиаобразование интегрировано в предмет «Родной язык», где используются печатные материалы. Тем не менее, как отмечает Д. Букингэм, «в соответствующих программах и стандартах медиаобразования в школе медиаобразованию уделяется крайне мало внимания».²⁴¹ Кроме того, на начальной ступени практически отсутствует практическое медиаобразование, т.е. создание собственных медиатекстов.

В средней школе медиаобразование находится в лучшем положении. Как отмечает К. Бээлгэт, «в Англии (где 9 миллионов школьников) около 70 тысяч молодых людей изучают обязательный цикл предметов по медиаобразованию в возрасте 16 лет, и по медиа- или кинообразованию в возрасте 18 лет. В национальном учебном плане имеются незначительные ссылки на медиаобразование для школьников 11–16 лет, интегрированное с предметами словесности и обществознания/граждановедения. «Национальный стандарт грамотности для детей от 3 до 14 лет» содержит некоторые рекомендации относительно кино и других медиа, и в данном контексте растет доля изучения различных средств массовой коммуникации в школах, хотя не всегда и везде одинаково успешно. Главное препятствие в развитии медиаобразования – страх правительства, что если сделать его обязательным предметом для всех школьников, то со стороны правой прессы последуют обвинения в снижении образовательных стандартов. Поэтому проблематично найти финансирование для исследовательских проектов в области медиаобразования, организовывать курсы для учителей, а для учителей – найти средства, чтобы оплатить курсы повышения квалификации».²⁴²

По сравнению с другими англоязычными странами (Канада, Австралия, Великобритания), в Соединенных Штатах Америки относительно недавно начали всерьез заниматься вопросом обязательного медиаобразования в средней школе. Тем не менее, к настоящему моменту все 50 штатов США включили обучение медиаграмотности / медиакомпетентности в образовательные стандарты дисциплины «Словесность» (*Language Arts*) (основными являются «использование визуальных умений и стратегий для понимания и интерпретации визуальных медиатекстов», и «понимание особенностей и компонентов медиатекстов различных видов»)²⁴³ Американские медиапедагоги активно перенимают опыт своих зарубежных (в основном, канадских, австралийских, британских) коллег. Таким образом, можно сделать вывод о том, что США также движутся по курсу обязательной интеграции медиаобразования в учебные планы средних школ.

Чаще всего базой для интеграции медиаобразования становится дисциплина *Language Arts* (Словесность). Помимо выполнения традиционных заданий, таких, как сравнение литературного первоисточника и его экранизации (-ий), американские школьники учатся идентифицировать модели репрезентации определенных групп людей в различных медиатекстах (распознавать гендерные, социальные, этнические стереотипы), анализировать печатную и видео рекламу, выявлять используемые в ней приемы и их выбор в зависимости от

Children and Media. Image. Education. Participation. Goteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, NORDICOM, 1999, p.189-203

²⁴⁰ Федоров А.В., Сердюков Р.В. Медиаобразовательные центры в Австралии // Медиаобразование. 2012. №1. С. 89-100

²⁴¹ Buckingham, D. The Media Literacy of Children and Young People / D. Buckingham. London: University of London, 2007. 70 p.

²⁴² Федоров А.В. Медиаобразование в Соединенном Королевстве и Ирландии / А.В. Федоров // Медиаобразование. 2006. №4. С. 61-91

²⁴³ Thoman, E. Media Literacy Finds a Home in McREL Language Arts Standards <http://www.medialit.org/reading-room/media-literacy-finds-home-mcREL-language-arts-standards>



целевой аудитории. Класс обсуждает правовые и этические аспекты реалити-шоу, учится интерпретировать фильмы с точки зрения социальных и моральных установок, которые они несут, анализировать медийные стереотипы, политические карикатуры в газетах и журналах, предвыборную политическую рекламу, новости, популярные песни и телепередачи.²⁴⁴

Развитие медиаобразования в США тормозит ряд препятствий: недостаток взаимодействия между медиапедагогами в различных штатах; культурные различия, из-за которых нелегко достичь согласия в вопросах медиаобразования; недостаток внешнего стимула, способствующего разработке единой медиаобразовательной политики; отсутствие общей теоретической медиаобразовательной парадигмы, которая могла бы наметить общий курс развития медиаобразования. Тем не менее, американская система медиапедагогики является одной из самых влиятельных в мире и продолжает развиваться.

Нужно отметить, что в эпоху технологий во всех ведущих англоязычных странах продолжает увеличиваться количество детей, пользующихся основными видами медиа и новыми технологиями в быту, в частности, сетью Интернет, мобильными телефонами, mp3-плеерами и цифровыми фотоаппаратами. В связи с этим, в этих странах в последние годы активно пропагандируется обучение так называемой «цифровой медиаграмотности» (digital media literacy). В докладе, опубликованном австралийской медиаобразовательной организацией АСМА (Australian Communications and Media Authority) в 2009 г., подчеркивается, что «сложные качественные изменения в средствах массовых коммуникаций и медийной среде порождают необходимость создания новых подходов и программ».²⁴⁵ В частности, перед современными медиапедагогами ставятся следующие задачи: 1) подготовить австралийское общество к жизни в изменяющейся информационной среде; 2) помочь аудитории понять природу и характеристики материала, который стал доступным благодаря электронным средствам коммуникации и массмедиа, каким образом он регулируется или может регулироваться; 3) помочь австралийцам обоснованно оценивать свой опыт цифровой коммуникации, а также соблюдать онлайн-безопасность и конфиденциальность.

Канадские медиапедагоги также осознают необходимость «цифровой медиаграмотности». Уже в течение 10 лет Медиаобразовательная Сеть (Media Awareness Network (MNet) и Федерация канадских учителей (Canadian Teachers' Federation (CTF) проводит ежегодные «Недели медиаобразования», в ходе которых обсуждаются различные темы («медиаграмотность в век цифровых технологий», «молодежь и социальные сети», «понимание детьми маркетинговых сообщений», «приватность в онлайн-среде» и др.). На конференциях подчеркивается важность обладания множеством навыков, необходимых современной молодежи для получения, критического оценивания, использования, создания и распространения цифрового контента. Как молодым людям найти, оценить и разобраться в сетевой информации? Понимают ли они вопросы, касающиеся маркетинга и конфиденциальности в Интернете?

В США в настоящее время раздел о сети Интернет является обязательным элементом современных медиаобразовательных программ. Например, учащимся предлагается ответить на следующие вопросы: Кто является автором этого сайта? С какой целью был создан этот сайт? Пользуются ли авторы приемами убеждения, пропаганды? Насколько достоверна информация, представленная на сайте?

В Великобритании изучение «цифровой медиаграмотности» также занимает не последнюю роль в исследованиях, проводимых соответствующими организациями, в частности, Ofcom (Office of Communications). Данная организация ставит перед собой следующие цели: 1) предоставить аудитории возможность и мотивацию лучше ориентироваться и участвовать в жизни «цифрового социума»; 2) информировать и помогать аудитории в осуществлении своей собственной медиаактивности (как в плане потребления, так и созидания).²⁴⁶

Основной целью медиаобразования в Великобритании является развитие медиаграмотности/медиакомпетентности британских граждан; актуальность ее обусловлена

²⁴⁴ Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в США и Канаде // США и Канада: Экономика, политика, культура. 2004. № 9. С. 96-104

²⁴⁵ Digital Media Literacy in Australia: Key Indicators and Research Sources / The Australian Communications and Media Authority, 2009 / www.acma.gov.au/medialiteracy

²⁴⁶ Media Literacy Audit: Report on UK children's media literacy // http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrss/ml_childrenso8/



возрастающей «медиазацией общества».²⁴⁷ Осуществление этой цели на практике – довольно непростая задача, однозначного решения которой британские медиапедагоги до сих пор не могут найти.

Изначально в Великобритании доминировал протекционистский подход, призванный защитить аудиторию от негативного воздействия средств массовой коммуникации. В XXI веке медиа рассматривается уже не как фактор угрозы, а как фактор социализации подрастающего поколения. Поэтому британское медиаобразование ставит своей целью не защитить юную аудиторию от вредного влияния медиа, а подготовить ее к жизни в современном медианасыщенном информационном обществе.

В Соединенных Штатах Америки, которые на протяжении многих лет являются мировым лидером в области медийной культуры, уже давно признан тот факт, что аудиовизуальные медиа оказывают значительное влияние на аудиторию, в особенности подрастающую. Аудитория не должна пассивно воспринимать информацию, транслируемую массмедиа, ведь в противном случае это может привести к стереотипизации мышления и искажению мировоззрения. Поэтому основной целью американского медиаобразования является развитие критического и творческого мышления учащихся различных возрастных групп.²⁴⁸ Отсюда следуют основные задачи медиаобразования: дать аудитории знания о том, как функционируют медиа, каким образом аудитория взаимодействует с ними и как использовать массмедиа с наибольшей пользой; научить распознавать источники медиатекстов, уровень достоверности транслируемой информации; научить анализировать и критически осмысливать медиатексты; дать аудитории представление об особенностях и закономерностях различных видов массмедиа и т.д. Иными словами, ключевая задача медиаобразования в Соединенных Штатах (как и во многих других странах) – повышение уровня медиаграмотности/медиакомпетентности школьников и студентов.

Что же касается Канады, то в целом медиаобразовательные цели и задачи, которые ставят перед собой канадские педагоги, во многом совпадают с целями и задачами их зарубежных коллег:

- развивать способности аудитории к восприятию, «декодированию», оценке, пониманию, анализу медиатекстов;
- увеличивать объём знаний социальных, культурных, политических и экономических смыслов и подтекстов;
- развивать у аудитории способности к критическому мышлению;
- обучать аудиторию самовыражаться с помощью медиа;
- развивать коммуникативные способности личности;
- обучать идентифицировать, интерпретировать медиатексты, экспериментировать с различными способами технического использования медиа, создавать собственную медиапродукцию;
- давать знания по теории медиа и медиакультуре.²⁴⁹

В Австралии одной из ключевых задач является изучения медийных агентств. По мнению многих австралийских медиапедагогов, необходимо не столько защищать детей от негативного влияния медиа, сколько обучать их языку медиа, помогать вырабатывать аналитические навыки, умение критически осмысливать медиатексты. Создание школьниками и студентами собственных медиатекстов также входит в круг приоритетных задач австралийского медиаобразования.

В целом базовые цели и задачи медиаобразования перекликаются и находят соответствия в образовательных системах всех ведущих англоязычных стран – Великобритании, Канады, США и Австралии. К таким задачам относятся: обучение способности критически анализировать, осмысливать, оценивать и создавать медиатексты, определять источники медиатекстов, их контекст; защищать подрастающее поколение от негативного воздействия медиаинформации; расширение детского кругозора.

Исходя из этих данных, мы можем сделать вывод о том, что в XXI веке, веке новых коммуникационных технологий, медиапедагоги из различных уголков земного шара, имея

²⁴⁷ Livingstone, S., Haddon, L. Young People in the European Digital Media Landscape: A Statistical Overview with an Introduction / S. Livingstone, L. Haddon. Gothenburg: NORDICOM University of Gothenburg, the International Clearinghouse on Children, Youth and Media, 2009. 67p.

²⁴⁸ Semali, L.M. Literacy in Multimedia America. New York-London: Falmer Press, 2000, 243p.

²⁴⁹ Федоров А.В., Новикова А.А. Медиаобразование в США и Канаде // США и Канада: Экономика, политика, культура. 2004. № 9. С. 96-104



возможность беспрепятственно обмениваться передовым опытом, движутся по пути интеграции мирового медиаобразовательного движения. Медиа являются неотъемлемой частью современной жизни, они проникли повсюду, а это значит, что основные проблемы, цели и задачи медиаобразования также являются общими для всех медианасыщенных обществ, включая британское, канадское, американское и австралийское.

Стоит отметить, что во всех четырех странах целевой аудиторией медиаобразования можно назвать не только учащихся (школьников, студентов), но родителей, педагогов, а также все общество в целом. Курсы по медиаобразованию преподаются в школах, в университетах, в различных учреждениях неформального медиаобразования.

Ведущие британские, канадские, американские и австралийские научно-образовательные центры в области медиапедагогики ведут работу, направленную именно на пропаганду всеобщего медиаобразования, на осуществление медиаобразовательных программ в учебных и внеучебных учреждениях различных типов.

В Великобритании, Канаде, США и Австралии существуют и узкоспециализированные медиаобразовательные организации, деятельность которых направлена на развитии медиаграмотности исключительно школьной или студенческой аудитории (например, отдел медиаобразования на телевизионном канале CHUM Television в Канаде и детско-юношеская творческая мастерская «The Nerve Centre: Multimedia Arts» в Великобритании), однако деятельность большинства крупнейших научно-образовательных центров этих стран охватывает широкие слои населения, начиная от медиаобразования в начальной школе и заканчивая самообразованием.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на современном этапе медиапедагоги и исследователи медиа из ведущих англоязычных государств осознают насущную необходимость обучения медиаграмотности не только детей, подростков и учащихся высших учебных заведений, но также их родителей, педагогов и всей взрослой аудитории в целом.

Как показал анализ теории и практики медиаобразования в различных странах, проведенный А.В. Федоровым и А.А. Новиковой, в мире не существует единой теоретической медиаобразовательной концепции.²⁵⁰ Всего отечественные исследователи выделили 11 основных медиаобразовательных теорий, в числе которых: протекционистская («инъекционная», «защитная»), призванная защитить аудиторию от негативного влияния медиа; этическая теория, имеющая целью выработать у аудитории ту или иную этическую модель поведения; теория развития «критического мышления», призванная научить аудиторию анализировать медиатексты, рассматривая их критически, и ориентироваться в информационном потоке современного социума; идеологическая теория, предполагающая, что массмедиа могут манипулировать аудиторией в интересах того или иного класса, религии, нации или расы; экологическая теория, собранная из основных положений других теорий («защитной», «этической», «эстетической», теории развития «критического мышления»), и предполагающая развитие экологии восприятия массмедиа; теория «удовлетворения потребностей», призванная помочь учащимся получать от массмедиа как можно больше пользы для себя; практическая теория, призванная научить аудиторию обращаться с медиатехникой; культурологическая теория, призванная оказать помощь аудитории в понимании того, каким образом массмедиа способны обогатить ее восприятие, знания и т.п.; эстетическая теория, призванная развить у аудитории эстетический вкус и восприятие, а также способности к художественному анализу медиатекстов; семиотическая теория, призванная научить аудиторию «правильному прочтению» медиатекстов; социокультурная теория, представляющая собой синтез социологической и культурологической теорий.

Все медиаобразовательные теории можно условно разделить на две основные группы: «защитные» и «аналитические». К «защитному» подходу мы можем причислить «инъекционную», «эстетическую», «этическую», «экологическую» концепции медиаобразования. В рамках данных подходов медиапедагоги ставят для себя целью защитить детей от отрицательного (с их точки зрения) воздействия массмедиа, в том числе и от «низкопробных» в моральном или эстетическом плане медиатекстов, противопоставляя им лучшие литературные, кинематографические образцы и т.д. Также «защитный» подход можно назвать и «дискриминационным», поскольку многие учителя, работающие в рамках вышеуказанных теорий, стараются строить свою педагогическую деятельность, основываясь не на предпочтениях своих учеников, а на своих собственных вкусах по отношению к

²⁵⁰ Федоров А.В., Новикова А.А. Основные теоретические концепции медиаобразования // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2002, №1. С. 149-158



медиа-текстам. У «защитного» подхода к медиаобразованию существует немало противников, которые заявляют о необходимости ставить во главу угла личность учащихся, их вкусы и интересы, предоставляя им возможность отстаивать свои предпочтения в области медиа.

К «аналитическому» подходу мы, вслед за А.В. Федоровым, отнесем «культурологическую», «идеологическую», «семиотическую» теории, а также теорию медиаобразования как развития «критического мышления». Стоит отметить, что «эстетическая», «этическая» и «экологическая» теории медиаобразования также предполагают проведение критического анализа медиа-текстов, однако ставят перед собой при этом совершенно другие цели и задачи.

Особняком стоит «практическая» концепция, которую нельзя отнести ни к первой, ни ко второй группе. Однако в XXI веке на практике данная теория в чистом виде встречается все реже. Вместе с тем, элементы практического медиаобразования можно встретить во всех медиаобразовательных теориях, что в очередной раз наводит на мысль об осознании западными педагогами необходимости сочетания и взаимодополнения концепций медиаобразования в педагогической деятельности.

Проанализировав медиаобразовательные концепции, используемые педагогами из Канады, Великобритании, США и Австралии, мы можем сделать вывод, что на современном этапе в медиаобразовательных теориях преобладают образовательные, воспитательные и креативные подходы, в рамках которых ставятся следующие ключевые задачи: 1) дать учащимся знания о структуре, языке, истории и теории масс-медиа; 2) научить воспринимать, читать медиа-тексты, развивать память, воображение, а также логическое, критическое, творческое, образное мышление, умений осознанного понимания образов, идей и т.п.; 3) развивать творческие практические умения на медийном материале.

Стоит отметить, что порядок, по которому осуществляется реализация данных ключевых составляющих в каждой отдельной концепции, может отличаться, и это зависит от того, в рамках какой теории медиаобразования работает тот или иной медиапедагог. При этом узконаправленные подходы, при которых реализуется, к примеру, исключительно развитие эстетического восприятия или только лишь формирование практических умений обращаться с медиатехникой, практически не встречаются. И этот факт в который раз свидетельствует о том, что в XXI веке медиапедагоги все больше осознают необходимость разностороннего, разнопланового медиаобразования, которое вобрало бы в себя все лучшее из различных медиаобразовательных теорий.

Исходя из вышеизложенного, мы можем сделать ряд основных выводов:

1. По степени внедрения медиаобразования в школах англоязычные государства, рассматриваемые в нашем исследовании, можно разделить на две группы: это страны, в которых медиаобразование является обязательным на всех уровнях школьного обучения (Канада, Австралия), и страны, в которых интеграцию обязательного медиаобразования в учебные планы средних школ еще предстоит осуществить (Великобритания, США).

2. В процессе анализа основных целей и задач медиаобразования в англоязычных странах были выявлены как сходства, так и отличия, однако в целом данное направление в педагогике во всех четырех странах соответствует требованиям ЮНЕСКО и призвано повысить уровень медиаграмотности школьников и студентов, подготовить подрастающее поколение к жизни в современном медианасыщенном демократическом обществе, научить полноценно воспринимать, декодировать, идентифицировать, интерпретировать, оценивать, понимать, критически осмысливать и анализировать медиа-тексты, а также развивать практические умения и способность творчески самовыражаться с помощью массмедиа.

3. На современном этапе медиапедагоги и исследователи медиа из всех ведущих англоязычных государств осознают насущную необходимость обучения медиаграмотности не только детей, подростков и учащихся высших учебных заведений, но также их родителей, педагогов и всю взрослую аудиторию в целом. Ведущими американскими, канадскими, британскими и австралийскими научно-образовательными центрами в области медиапедагогики ведется работа, нацеленная именно на пропаганду всеобщего медиаобразования, на осуществление медиаобразовательных программ в учебных и внеучебных учреждениях различных типов.

4. В XXI веке в США, Канаде, Великобритании и Австралии теоретические концепции медиаобразования практически не проявляются в чистом виде, они синтезированы и неразрывно связаны между собой. На современном этапе в медиаобразовательных теориях преобладают образовательные, воспитательные и креативные подходы, в рамках которых ставятся следующие ключевые задачи: 1) дать учащимся знания о структуре, языке, истории и



теории массмедиа; 2) научить воспринимать, читать медиатексты, развивать память, воображение, а также логическое, критическое, творческое, образное мышление, умений осознанного понимания образов, идей и т.п.; 3) развивать творческие практические умения на медийном материале.

5. На современном этапе все больше детей с самого раннего возраста начинают пользоваться персональными компьютерами и сетью Интернет, в связи с чем во всех ведущих англоязычных странах осознается необходимость обучения детей и молодежи «цифровой медиаграмотности» и развития навыков, необходимых для получения, критического оценивания, использования, создания и распространения цифрового контента. Все больше современных американских, канадских, британских и австралийских исследований и научных конференций посвящено именно проблеме обучения «цифровой медиаграмотности».

6. В настоящее время признанными лидерами медиаобразования из числа ведущих англоязычных стран являются Канада и Австралия. Медиаобразовательная политика в Великобритании также не стоит на месте, однако главным препятствием в развитии медиаобразования в последние годы был страх правительства, что если сделать его обязательным предметом для всех школьников, то со стороны правой прессы последуют обвинения в снижении образовательных стандартов. Поэтому было проблематично найти финансирование для исследовательских проектов области медиаобразования, организовывать курсы для учителей, а для учителей – найти средства, чтобы оплатить курсы повышения квалификации. Внесет ли новое британское правительство, сформированное в 2015 г., какие-то качественные изменения в устоявшийся порядок вещей, покажет время. В Соединенных Штатах Америки существует ряд препятствий, тормозящих развитие американского медиаобразования, однако американская система медиапедагогики является одной из самых влиятельных в мире и продолжает развиваться. Американские педагоги обращаются к опыту зарубежных коллег, необходимому на нынешнем этапе постепенной интеграции обязательного медиаобразования в учебные планы средней школы.