

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Роздольська Т.І.

студентка;

Андрєєва О.С.

кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент,

Факультет журналістики

Національного університету «Одеська юридична академія»

ТРЕНІНГ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК СПОСІБ КОМУНІКАЦІЇ ТА ВПЛИВУ НА МОЛОДЬ

Із потужним розвитком засобів масової інформації та поширенням їх впливу на всі сфери життєдіяльності суспільства і його членів виникла необхідність впровадження дисципліни, яка б забезпечила нормальну взаємодію людини та медіа. Саме такою дисципліною і стала «Медіаосвіта».

Одне із перших і найдоречніших визначень цього терміну запропонували фахівці організації ЮНЕСКО ще у 84-му році: «Медіаосвіта – це навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких як, наприклад, математика, фізика чи географія» [1, с. 8].

Простіше кажучи, під медіаосвітою розуміють розвиток уміння критично сприймати ЗМІ, незалежно від носія (преса, радіо, телебачення, інтернет). Також вичерпне визначення пропонує спеціалізований інтернет-ресурс MediaSapiens: «Медіаосвіта – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, враховуючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно-опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій» [2].

Окрім цього, варто зауважити, що медіаосвіта безпосередньо пов'язана з освітньою функцією журналістики. Тому, її впровадженням та розвитком в рамках педагогічного процесу повинні займатись в першу чергу представники мас-медіа.

Як навчальна дисципліна медіаосвіта почала набувати поширення в Європі в 90-тих роках. Саме тоді, завдяки підтримці з боку ЮНЕСКО, у світ вийшли перші спеціальні посібники, журнали, проводились міжнародні науково-педагогічні конференції, присвячені проблемі негативного впливу медіа на дитячу психіку [1, с. 24]. В той же час, уряди США, Великої Британії, Франції та Австралії ввели предмет «медіаосвіта» як обов'язковий в навчальну програму молодшої та середньої шкіл [1, с. 14].

В Україні поява та розвиток цієї дисципліни датуються 2010-ми роками. Саме в цей час була розроблена «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні». Заради досягнення цілей, сформованих концепцією, як і в країнах Європи, українські учні повинні обов'язково вивчати медіаосвіту [1; 19].

Медіаграмотність, в свою чергу, є результатом медіаосвіти. Медіаграмотність – це рівень медіакультури, який стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції. Тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують [2].

Не дивлячись на стрімкий розвиток наприкінці ХХ століття, необхідність вирішення питання медіаосвіти постала ще в 60-тих роках. Опісля Другої світової війни людство усвідомило, наскільки впливову, а в дечому навіть вирішальну роль може відігравати ЗМІ. Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та систем мас-медіа нагально потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. І чим раніше ця підготовка розпочнеться, тим простіше індивідуум буде взаємодіяти із ЗМІ в дорослому житті.

Зараз актуальність медіаграмотності в суспільстві полягає в тому, що в наслідок глобалізації наше сприйняття світу основним чином залежить від подачі медіа-контенту [1, с. 8]. Існує безліч українських і не тільки ресурсів, які допомагають розібратись в цьому питанні пересічному українцеві. Однак, звертаючись до наочного досвіду, стає очевидно, що український соціум ще не готовий критично сприймати інформацію у зв'язку із недостатньою медіаобізнаністю.

Для поширення медіаграмотності серед молоді та, як частина медіаосвітнього процесу, був самостійно розроблений та проведений ігровий тренінг для учнів старших класів (15-16 років) на тему «*Основи медіаграмотності. Фейк, джінса та пропаганда*», який включав в себе веб-презентацію, усну доповідь та інтерактив із учасниками. Метою тренінгу було визначення поточного рівня медіаграмотності учнів; ознайомлення з базовими дефініціями дисципліни та їх пояснення в ігровій формі. Презентація теми та інтерактивна взаємодія з учасниками тренінгу займала 45 хвилин активної роботи та зворотній зв'язок з учасниками.

Терміни, які подавались у презентації, підкріплювались прикладами із життєвих ситуацій, в яких де вони є актуальними. Для прикладу, до обговорення поняття «джинса» (за журналістським сленгом, це «проплачений матеріал або навмисно прихована реклама» [3]) спершу були переглянуті відеоматеріали – політизований інформаційний ролик одного із регіональних східних каналів. Потім був наданий час для обговорення переглянутого, де ставилась під сумнів правдивість поданої у сюжеті інформації спершу в тестовій, потім – у вільній формі (учасники обирали одну із запропонованих відповідей та питання, що стосувалось відео, та аргументувати її).

За результатами проведеної роботи, можна констатувати, що загальна обізнаність в медіасфері опитуваних школярів є не задовільною: 5 із 30 дізнаються останні новини із телебачення, 3 – з мережі Інтернет. Решта учнів не цікавляться новинами взагалі, суспільно-важливу інформацію вони дізнаються від батьків та друзів. Такі показники свідчать про формування обмеженості мислення дітей (отримання інформації лише з одного каналу) і потенційну медіабезграмотність повноцінних членів суспільства, зокрема виборців.

Також важко було налагодити мовно-поняттєвий контакт із молодіжною аудиторією. В лексичному запасі учнів були присутні частково викривлені, або хибні чи взагалі відсутні дефініції понять «медіа», «ЗМІ», «медіаграмотність», «пропаганда». І за один тренінг сформуванню цієї основи виявилось складним завданням.

Виникали проблеми і з концентрацією уваги учнів на заданій тренінгом темі. Вона виявилась дещо складною для їх сприйняття у зв'язку із новизною понять. Щоб залучити аудиторію до продуктивного діалогу доводилось формулювати запитання для кожного із її учасників. Важливу роль в тренінгу відіграла мультимедійність презентації: вона включала фото та відеоматеріали, які привертати увагу.

Як і кожна соціальна група, клас був поділений на активних, пасивних та нейтральних осіб, що піддавались комунікації. На жаль, частка пасивних учнів привалювала над іншими. Однак, в результаті роботи із окремими школярами були досягнуті позитивні результати у вигляді їх розуміння презентованого матеріалу.

У висновку, хотілось би акцентувати увагу на необхідності введення в шкільну програму, хоча б на рівні факультативу, предмету «медіаосвіта». У зв'язку із активним впровадженням соціальних мереж в життя молоді, їх уміння фільтрувати інформацію та аналізувати її вкрай важливе для майбутньої життєдіяльності.

Завдяки концепції впровадження медіаосвіти в Україні, в 2011 році розпочався експеримент з запровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес в 82-ох школах семи областей України [1, с.19]. Його результати дадуть змогу поширити та популяризувати ідеї медіаграмотності, і врешті сформуванню критичне мислення як рефлекс. Повністю підтримуючи цю програму, важливо наголосити, що невід'ємною частиною ефективного процесу підвищення медіаграмотності молоді, є саме навчання педагогів та включення їх до загального чи першочергового «кола» медіаосвіти. Це є необхідним для подальшої успішної передачі принципів медіаграмотності дітям та підліткам.

Список використаних джерел:

1. Медіаосвіта та медіаграмотність [Текст]: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс] // MediaSapiens. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini/
3. Що таке «джинса»? І з чим її їдять? [Електронний ресурс] // MediaSapiens. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/world_journalists/scho_take_dzhinsa_i_z_chim_ii_idyat/