

*Вознесенська О.Л.* Стратегія впровадження асинхронної медіаосвіти в сучасних українських спільнотах / Вознесенська О.Л., Голубева О.Є. ; Вища освіта України – Додаток V (т. 23) – 2010 р. – Тематичний випуск „Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору. – С. 55-63. *Стаття в авторській редакції*

## СТРАТЕГІЯ ВПРОВАДЖЕННЯ АСИНХРОННОЇ МЕДІАОСВІТИ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ СПІЛЬНОТАХ

Вознесенська Олена Леонідівна, канд. психол. н., с. н. с.,  
Інститут соціальної й політичної психології НАПН України,  
доц. каф. психодіагностики й клінічної психології КНУ  
імені Тараса Шевченка, президент ГО „Арт-терапевтична асоціація”

Голубева Олена Євгенівна, м. н. с.  
Інститут соціальної й політичної психології НАПН України,  
преп. каф. кінорежисури й кінодраматургії  
КНУТКіТБ ім. І.К. Карпенка-Карого,  
керівник дитячої студії мультиплікації «Червоний собака»

Пропонується стратегія впровадження медіаосвіти в сучасних українських спільнотах, основними принципами якої є асинхронність, неієрархічність та групова компетентність, цільовою аудиторією – лідери думок, мотивовані на отримання цих знань та принципово активні. Медіаторчість – обов’язкова форма впровадження такої стратегії медіаосвіти, можливі форми – беркемп; студія або майстерня.

Ключові слова: медіапсихологія, медіаосвіта, асинхронна освіта, медіаторчість.

Предлагается стратегия внедрения медиаобразования в современных украинских сообществах, основными принципами которой являются асинхронность, неиерархичность и групповая компетентность, целевой аудиторией – лидеры мнений, мотивированные на получение этих знаний и принципиально активные. Медиавторчество – обязательная форма внедрения такой стратегии медиаобразования, возможные формы – беркемп, студия или мастерская.

Ключевые слова: медиапсихология, медиакультура, асинхронное образование, медиавторчество.

Сьогоднішній світ – світ медіа, ми живемо у в умовах «інформаційного вибуху». Ускладнюються соціальні зв’язки, актуалізується потреба у

розумінні медіакультури, її ролі в сучасній епосі. В інформаційному суспільстві сучасна людина живе в світі медіатекстів, причому, майже без кількісних обмежень отриманої інформації. Зрозуміло, що інформаційний простір, що постійно змінюється, потребує нової системи освіти людини, професійної підготовки спеціалістів у різних напрямках гуманітарної діяльності: і педагогічній, і комунікаційній, і соціокультурній, і творчій.

Технологічні інновації сприяють подоланню меж – географічних, економічних, духовних – в поширенні різних типів інформації. Але ці переваги інформаційного суспільства стають недоліками, якщо ми розглядаємо їх вплив на розвиток особистості. Саме тому стають актуальними теми медіапсихології та медіаосвіти. Що ми бачимо? Низький рівень медіакультури в сучасному українському суспільстві: вразливість до медіаманіпуляцій, слабкий спротив насадженню низькопробної медіа продукції, аморальних цінностей, поширення медіазалежності.

Західним медіапсихологічним дослідженням вже кілька десятиліть, і західна медіаосвіта як засіб формування медіакультури розвивалася паралельно з розвитком медіа. Але Україна враз опинилася „у гущі подій”. Інтернет розкрив необмежені можливості доступу в світ інформації, комерціалізація телебачення призвела до бурхливого потоку сумнівних медіатекстів, а медіаосвіта в Україні лише на старті. У травні 2010 постановою Президії Національної академії педагогічних наук України схвалено „Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні”, що зараз проходить громадські обговорення з пріоритетним започаткуванням практики шкільної медіаосвіти, а експеримент з впровадження медіаосвіти планується на 2011-2014 роки [3].

Багато хто ще пам'ятає досвід впровадження в шкільну практику курсу „Етика та психологія сімейного життя” в радянські часи. І не можна сказати, що ці знання не потрібні школярам. Але форми, якими курс впроваджувався, мали ознаки ієрархічності, формалізованості, що і призвело до негативного результату. Люди, які вели ці заняття, не були мотивовані на

цю роботу. Отже, якщо така стратегія буде запроваджена для медіаосвіти, можливо прогнозувати погіршення стану медіакультури населення.

Тому метою статті є обґрунтування асиметричної стратегії впровадження медіаосвіти в сучасних українських спільнотах.

Під медіаосвітою ми розуміємо освіту, що спрямована на вивчення закономірностей масової комунікації (преси, телебачення, радіо, кіно, відео, комп'ютерно опосередкованого спілкування, Інтернету, мобільної телефонії тощо). Основні завдання медіаосвіти – підготувати особистість до життя в інформаційному суспільстві, до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, до сприйняття інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку, формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу й оцінки медіатекстів, навчання різноманітних форм самовираження через створення медіатекстів, оволодіння способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів [7].

Медіаосвіта є розвиненою галуззю у багатьох країнах світу. Аналізуючи медіаосвіту, дослідники виділяють вісім підходів, визначаючи, що у світі не існує єдиної теоретичної концепції медіаосвіти [1]. О.Т. Баришполець приходить до висновку, що в концепціях медіаосвіти в цілому переважають виховні, навчальні і креативні підходи до використання можливостей мас-медіа. В узагальненому вигляді головні етапи реалізації більшості медіаосвітніх підходів є такими: одержання знань (освітня складова); розвиток сприйняття медіатекстів; розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа [там само].

Наше суспільство в змозі скористатися досвідом наших західних колег. Але в сучасних умовах розвитку науки і освіти суспільство потребує особливих стратегій впровадження такої медіаосвіти. Адже для досягнення складної мети – високого рівня розвитку медіакультури населення країни – недостатньо ресурсів: немає підготовлених медіапедагогів, існує цифрова

нерівність – як між різними регіонами, так й усередині системи освіти – між вчителями та учениками, швидко розвиваються медіазалежності, знов ж таки комерціалізація телебачення. Отже треба побудувати стратегію – ієрархію цілей, завдань, кроків, завдяки якої можна з мінімальним (найбільш ефективним) задіянням ресурсів (часу, енергії, грошів) досягти кінцевих цілей.

Треба окремо сказати щодо цифрової нерівності в Україні. Цифрова нерівність визначає здатність країн чи окремих спільнот однієї країни у відповідних межах використовувати, адаптувати, генерувати і розповсюджувати знання. Технологічні зміни призводять до того, що деякі групи населення, які і так були позбавлені сучасних можливостей цивілізації, відокремлюються від елітної частини населення ще більше, це – сім'ї з невеликим достатком, мешканці сіл, люди похилого віку, інваліди, тощо. Бурхливі темпи розвитку Інтернету провокують думки щодо знищення просторових та інших бар'єрів між людьми, подолання соціальної несправедливості, але відбувається зворотній процес, що породжується цифровою нерівністю.

Ґрунтуючись на даних моніторингу Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, можна визначити неоднорідність українських спільнот за загальним рівнем медійної компетентності, спричиненої цифровою нерівністю. Існують значні відмінності у використанні Інтернету поміж жителями великих міст та сіл, людьми із різним рівнем освіти, різних за віком, різних за рівнем доходів. Також спостерігаються і відмінності в медіакультурних характеристиках:

- для Заходу характерне зміщення характеристик медіакультури в бік більшої контекстуальності, некритичності й активності;
- для Півдня – зсув до некритичності, при низькій активності й контекстуальності;
- для Центру – тяжіння до вищої ресурсоздатності й керованості;

- для Сходу – вияв вищого рівня керованості при найбільш рівномірній вираженості інших показників.

Дослідження також показують, що існує певна цифрова нерівність серед головних учасників навчального процесу – вчителів та учнів. Учні виходять в мережу регулярніше, їхній сеанс користування Інтернетом займає на годину більше, ніж у вчителів. Причому серед вчителів користуються Інтернетом здебільшого люди молодшого та середнього віку, і майже половина з них має можливість користуватися Інтернетом лише у шкільному закладі. „Взагалі більше використання Інтернету молоддю характеризує незрілий етап інформатизації українського суспільства” [3, с. 223].

Отже, зрозуміло, що зважаючи на цифрову нерівність та нерівність з точки зору медіакультури і медіакомпетентності не можна однаково впроваджувати медіаосвіту в різні українські спільноти.

Тому ми пропонуємо – на відмінність від традиційних форм освіти – асинхронну медіаосвіту. Асинхронність є однією з ознак нашої стратегії. Другою її ознакою є неієрархічний характер: медіаосвіта, за нашим припущенням, не може впроваджуватися зверху, вона повинна бути спрямована на людину, що мотивована на підвищення своєї медіакультури.

Тут постає питання, як медіаосвіта купки навіть мотивованих людей може вплинути на підвищення рівня медіакультури суспільства?

Концептуальна інноваційно-адсорбційна модель медіакультури побудована на основі повної схеми інформаційної поведінки в контексті управління знаннями – від їх пошуку до експлуатації [3]. Згідно японської теорії виробництва знань в організації Нонаки і Такеучі – теорії змішування знань в групі, ядром створення знань є змішування неявних мовчазних практичних знань – здобутків індивідуального досвіду членів спільноти з подолання якихось проблем, прийняття рішень, розв’язання завдань і явних, висловлених знань.

Отже, тут використовується принцип збереження гомеостазу – стабільного стану, рівноваги, що передує змінам, який є однією з сил (поряд з силою розвитку), що діє в кожній системі.

Принцип *гомеостазу* – один з принципів теорії постійного розвитку суспільства, що стала популярною в 60-ті роки ХХ століття завдяки кібернетиці, залучений з біології та розроблений кібернетикою. Будь-який організм прагне зберегти внутрішню рівновагу. Наприклад, нирки регулюють рівень води в організмі, підтримуючи здоров'я. Це вдається завдяки механізму зворотного зв'язку, коригуються відхилення. Перевага цього механізму полягає в тому, що він дозволяє організму ефективно функціонувати. Гомеостатичні системи володіють наступними властивостями:

- **нестабільність**: система тестує, яким чином їй краще пристосуватися;
- **прагнення до рівноваги**: вся внутрішня, структурна і функціональна організація систем сприяє збереженню балансу;
- **непередбачуваність**: результуючий ефект від певної дії часто може відрізнятись від того, який очікувався.

Ми розглядаємо соціальну спільноту з точки зору системного підходу. Соціальна спільнота – це система, живий організм, у якому все взаємозалежно і який має ряд системних параметрів. По-перше, *система* як ціле становить *завжди* щось *більше за суму її частин*. По-друге, якщо щонебудь зачіпає всю систему (наприклад, соціально-економічні трансформації в суспільстві), то це буде відображатися на всіх її елементах, *впливати на кожний окремий елемент всередині системи*. По-третє, *розлад* або зміни, що відбуваються з *одним з елементів системи*, будуть відображатися на *зміні інших частин та всій системі в цілому* інших. Принцип гомеостазу діє і в суспільстві – соціостаз, за визначенням Я. Морено – функція соціальної рівноваги.

Отже, з точки зору перспективного підвищення медіакультури у населення України навчання має концентруватись та накопичуватись у окре-

мих представників спільнот та соціальних груп, які мають відповідати наступним характеристикам:

- внутрішня вмотивованість;
- середній рівень медійної компетентності спільноти (представники різних спільнот можуть мати різний рівень медійної компетентності);
- принципова соціальна активність – вони мають бути лідерами думок.

Якщо медіаосвіта спрямована на зацікавлену мотивовану аудиторію, то в решті решт, завдяки принципу гомеостазу та змішуванню знань відбудеться розвиток медіакультури суспільства взагалі.

Тепер повернемося до змісту медіаосвіти.

В узагальненому вигляді головні етапи реалізації більшості медіаосвітніх підходів є такими:

- одержання знань (освітня складова);
- розвиток сприйняття медіатекстів;
- розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа [1].

Розглядаючи філософію медіаосвіти, Д.А. Заруба також включає медіаторність у основні складові медіаосвіти. Він виділяє основні принципи, що лежать в основі медіаосвіти, – це принцип свободи (у виборі інформації та її інтерпретації), партнерства, або діалогу (у процесі навчання, створення медіапродукції, творчості), принцип ініціативності (творче самовираження за допомогою медіа) [2].

Ми також вважаємо, що *медіаторність* – це обов’язкова форма медіаосвіти.

Одна з умов життєдіяльності сучасного медійного простору – *принципова активність*. Ідеться про неможливість пасивного споживання, запит медійного простору на активну відповідь вчорашнього пасивного споживача. Ініційована маркетинговими ходами інтерактивність стає сучасною „аксіомою” існування медійного середовища. У режимі пасивного

споживання неможливо отримати в медійному просторі цікаву інформацію: сайти, блоги потребують паролів, авторизації – певних доказів дією того, що користувач є суб'єктом активності („*доведіть, що ви не робот*”).

Крім того, внутрішня складність медіа-простору вимагає від його суб'єктів не індивідуальної, а групової активності. Це виводить медійну творчість користувачів на ціннісний рівень, а технічну і технологічну грамотність у сфері медіа – на інструментальний рівень.

У контексті нашого дослідження ми використовуємо психологічне визначення творчості як творчої діяльності, головним критерієм якої є суб'єктивна новизна, неповторність, спонтанність саме процесу творчості, тобто, безвідносно суспільної значимості продуктів творчості. Тоді спільна медіаторчість – це неповторний за характером здійснення та за отриманими результатами творчий процес, в якому беруть участь та певною мірою взаємодіють кілька учасників цього процесу (цей процес може здійснюватись лише у випадку зацікавленості його учасників у взаємодії та здатності до «творчої комунікації»).

У логіці онтогенезу продуктивна діяльність людини може бути результатом як творчої соціалізації, так і пасивної адаптації. Ті моделі поведінки та засоби взаємодії з навколишнім середовищем, які людина опановує вперше, є для неї механізмом творчої адаптації та, з точки зору розвитку, конструктивними. Проте повторюваність, знайомість та закріплення однієї моделі поведінки на багато життєвих випадків (уявлення про те „що комп'ютер завжди погано” або „я і так все знаю”) формує пасивні характеристики особистості: розчарованість та упередженість до нових знань, небажання – а згодом і нездатність – до творчості. Для медіаосвітніх цільових програм принципово, щоб вони запускали механізм творчої адаптації, а не були на практиці для цільової групи навчання «вчорашнім днем».

Спробуємо узагальнити своє бачення стратегії впровадження асинхронної медіаосвіти в українських спільнотах.



**Основні принципи впровадження** – асинхронність, неієрархічність, групова компетентність.

**Асинхронність** передбачає несистематизовані у часі заняття, які відбуваються циклом. Кожен суб'єкт навчання знайомиться з навчальними матеріалами чи виконує роботу не одночасно з іншими учасниками навчання, а в зручний для нього час.

**Неієрархічність** передбачає відсутність директивної системи „зверху вниз” у впровадженні програм медіаосвіти. Це надає можливості будь-якому фахівцю педагогічної, психологічної або соціальної сфери інтегрувати свою діяльність у медійне середовище і стати носієм високої медіакультури та виступати в системі освіти медіапедагогом. На практиці це не змушує вчителя змінювати основний свій фах, але реалізовувати високий рівень медіаосвіти.

**Групова компетентність** (робоча назва принципу) характеризує групи навчання не за віковою ознакою, а за груповою ознакою в межах зони найближчого розвитку. Тобто в навчальній групі можуть бути як діти, так і дорослі, найголовніше – зона найближчого розвитку найменш компетентного члена групи знаходиться в межі компетенції найкомпетентнішого члена групи.

**Цільова група** впровадження стратегії асинхронної медіаосвіти – лідери думок, мотивовані на отримання цих знань та принципово активні.

Медіаосвіта включає **три блока** занять:

- когнітивний рівень – знання, що відповідають медіакомпетентності за критеріями ЮНЕСКО [8];
- практичні навички – розпізнавання та критичне осмислення медіатекстів;
- розвиток здатності до медіатворчості.

**Заняття** повинні відповідати наступним вимогам:

- кожне заняття повинно мати цілісну завершену форму – на кшталт хронотопа, який має здатність енергітизувати та синергітизувати

(залучати енергію навколишнього середовища, в даному випадку – медіасередовища на себе);

- кожне заняття повинно містити в собі ціль, яка виходить за межу інструментальної відповідно механізму „зсув мотиву на ціль” (за О.М. Леонт’євим). Прикладом такої цілі може бути створення медійного контенту, вірусних повідомлень тощо;
- система занять повинна містити не змістовну логіку, а логіку розвитку певних психологічних структур, які стимулюють механізми творчої адаптації, відповідають за мотивацію цільової групи та забезпечують навички пошуку та обробки інформації.

Як ми вважаємо, застосування такої стратегії впровадження асинхронної медіаосвіти в українських спільнотах можливе в рамках *позашкільної освіти*. Система позашкільної освіти порівняно із загальнообов’язковою має кілька відмінностей, які роблять її ефективним інститутом впровадження медіаосвіти. По-перше, заняття у закладах позашкільної освіти будуються за *принципом добровільності*, що відповідає стратегії впровадження. По-друге, в більшості своїй, члени родини, які підтримують вибір дитиною додаткової освіти, проявляють активність, мають запит на отримання нових знань та педагогічних стратегій. І саме серед цієї аудиторії концентруються «лідери думок», які після навчання можуть виступати носіями не тільки медіакомпетентності, але й носіями високого рівня медіакультури.

Варіантами впровадження такої стратегії організації медіаосвіти може бути:

- *Беркемп* – загальна назва системи навчання та соціальної активності, яка містить віртуальне та очне навчання вмотивованої групи людей та має за мету створення продукту на певних етапах (як реального продукту на кшталт конференцій, акцій, презентацій; так і віртуального продукту – сайтів, соціальних роликів, фільмів тощо).

Мета беркемпу – злити воедино спілкування, навчання, створення продукту та відпочинок;

- *студія* або *майстерня*. За думкою Г.К. Селевко, майстерня як локальна технологія охоплює більшу чи меншу частину змісту навчальної дисципліни. Майстерня може складатися з ряду завдань, що спрямовують роботу в потрібному напрямку, але усередині кожного завдання учасники майстерні абсолютно вільні. Вони повинні здійснювати вибір [5]. Майстерня є такою моделлю навчання, що дозволяє розвивати творчі здібності учасників. У кожному віці важливий постійний пошук знань, а не пасивне поглинання їх та звіт про вивчене. Одна з основних ідей майстерні перебуває в тому, що кожна людина повинна розвивати свої здібності та можливості [5].

Висновки.

Стратегії впровадження асинхронної медіаосвіти в українських спільнотах заснована на принципах неієрархічності та групової компетентності, спрямована на лідерів думок, які мотивовані на отримання цих знань та принципово активні, включає медіаторчість як обов'язкову форму навчання, можлива для впровадження в системі позашкільної освіти для дітей та дорослих у формі беркемпу або майстерні.

Література:

1. Баришполец О.Т. Медіаосвіта: зарубіжний досвід. [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=84&c=2072>
2. Заруба Д.А. Філософія медіаосвіти як складова філософії освіти // Вища освіта України. 2009. № 3. Дод.1. – Тем. Вип. Педагогіка вищої школи: методологія, теорія, технології. – К.: Гнозис, 2009. – 630 с. – С. 92 – 94., с. 94.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. [Електронне джерело]. – Режим доступу: [<http://osvita.telekritika.ua/material/konceptsiya-vprovadzhennya-mediaosviti-v-ukrayini>].
4. Медіа-культура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посіб. / О. Т. Баришполец, Л. А. Найдюнова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдюнової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2009. – 440 с.
5. Селевко Г. К., Селевко А.Г. Социально-воспитательные технологии. – М.: Народное образование, 2002. – 176 с.
6. Соколова О. Е. Технология педагогических мастерских: развитие творческих особенностей учащихся / О. Е. Соколова // Химия в школе. – 2001. – № 7. – С. 14–15.

7. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с

8. Media Literacy Study The Framework// Study Assessment Criteria For Media Literacy Levels. – Final Report Edited By EAVI For European Commission. – Brusel, October 2009. – 34 p. [Электронне джерело]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi\\_annex\\_b\\_framework\\_rev\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/eavi_annex_b_framework_rev_en.pdf) i

Авторська довідка:

**1. Вознесенська Олена Леонідівна,**

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, доц. каф. психодіагностики й клінічної психології КНУ імені Тараса Шевченка, президент ГО «Арт-терапевтична асоціація»

м. Київ, вул. Андріївська, 15, т. 0444252408

м.т. 0937884738

[art.therapy1@gmail.com](mailto:art.therapy1@gmail.com)

**2. Голубєва Олена Євгенівна,**

м. н. с. Інституту соціальної й політичної психології НАПН України, преп. каф. кінорежисури й кінодраматургії КНУТКіТБ ім. І.К. Карпенка-Карого, керівник дитячої студії мультиплікації «Червоний собака»

м. Київ, вул. Андріївська, 15, т. 0444252408

м.т 0676081036

[chervoniy.sobaka@gmail.com](mailto:chervoniy.sobaka@gmail.com)