

22-23
травня
2017

УКРАЇНА - ЄС: КРОС-КУЛЬТУРНІ ПОРІВНЯННЯ В ОСВІТНІХ ДОСЛІДЖЕННЯХ



Матеріали
I Міжнародної наукової
конференції



UA - EU: Cross-cultural
Comparisons in Educational
Research
Jean Monnet Module

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



м. Київ

... в Україні. Ці дослідження педагогічних шкіл завжди знаходилися в центрі уваги науковців та педагогів-практиків, які досліджували різні аспекти функціонування. Проте не так багато досліджень присвячено дослідженню школи функціонують і як практика їхньої діяльності може бути оцінена.

У процесі дослідження встановлено, що на сьогодні не існує одностайного погляду вчених щодо незмінності статусу навчального закладу з часом, тобто чи залишається школа авторською довічно. Дискусійним є також питання щодо збереження статусу школи, коли її автор відійде від справ, пов'язаних з керівництвом освітнім процесом. Потребують подальшого визначення та наукового обґрунтування й концептуальні положення діяльності авторської спеціалізованої школи художньо-естетичного профілю, організаційно-педагогічні засади її функціонування (структура, зміст діяльності суб'єктів, технології навчання й розвитку, управління).

Список використаних джерел:

1. Нова українська школа: концептуальні засади реформування середньої школи [Електронний ресурс] novashkola@mon.gov.ua.
2. Матвеева Г. Д. Синтез науки та мистецтва як філософська основа творчого педагогічного процесу / Розвиток психологічної готовності педагогів до творчої професійної діяльності. Науково-методичний посібник / за наук. ред. Е.О.Помиткіна. – Київ – Миколаїв: 2010.
3. Матвеева Г. Д. Миколаївська спеціалізована школа «Академія дитячої творчості»: шлях інноваційного розвитку // Рідна школа. – №4. – квітень. – 2015.

ПОРІВНЯННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО І УКРАЇНСЬКОГО ДИТЯЧИХ МЕДІАЛАНДШАФТІВ

Ключові слова: *медіаландшафт, медіаекспозиція, споживач, медіа-інформаційна компетентність*

Дитячий медіаландшафт – це узагальнена спільна назва дитячих медіапрактик, тобто характеристика обсягів взаємодії дитини з різними медіа. Дитячий медіаландшафт описує загальну картину взаємодії дітей різного віку з медіа в певній країні, яка дає можливість зрозуміти, наскільки віртуалізованим є життя дітей, а відтак, спрогнозувати ступінь впливу медіапростору на процеси соціалізації і розвитку дитини. Без розуміння характеру взаємодії з медіа всієї дитячої сукупності важко зрозуміти ступінь медіасоціалізації окремої дитини. Саме тому в Європі запроваджено в межах програми Євробарометр вимірювання дитячих медіапрактик через оцінку ступеню користування медіа. Для дорослих вимірювання включає два компоненти – ступінь користування і ступінь довіри різним медіа [1].

Починаючи з 2010 р. щорічно проводяться порівняльні дослідження, які отримали назву Дитячий медіабарометр (Children's Media Barometer), і забезпечують вимірювання дитячого медіаландшафту в Європейських країнах. Опитування зважаючи на вік дітей в цільовій групі варіюється: опитуються чи то самі діти чи їхні батьки, інколи включають тільки окремі вікові групи, наприклад, 0 - 8-річні діти, 7 - 11-річні, і 10 - 12 років тощо. Опитування також можуть бути різної тематичної спрямованості, наприклад, на виявлення гендерних особливостей використання дітьми медіа чи особливостей використання засобів масової інформації в сімейній взаємодії. Проте, барометр загалом спрямований на те, щоб скласти доказово об'єктивну

(розуміння штучності екранної реальності, уміння емоційно відсторонитися від показаного, уміння відрізнити неправдиву інформацію, факт від думки про нього тощо) в Європейських країнах визначаються рекомендації для батьків щодо вікового обмеження перегляду аудіовізуальної продукції. Позначки на телебаченні попереджають батьків про наявність ризиків нанесення шкоди дитині певного віку внаслідок перегляду цієї медіапродукції, а також інформують за допомогою графічних знаків (іктограм) про те, який саме вид негативного впливу міститься в медіапродукції, щоб батьки могли приймати рішення про перегляд більш обізнано. В Україні позначки, що використовуються для інформування батьків не містять інформації про вид медіаризику і диференціюють вікові рекомендації в дуже грубому діапазоні (+12, +18), що не здатне захистити дитину молодшого віку від нанесення шкоди.

У залежності від особливостей медіаландшафту дітей має будуватися наскрізне формування медіа-інформаційної компетентності, що передбачена стандартами нової української школи у відповідності із загальноєвропейськими рекомендаціями. Сприяння цьому забезпечує масове впровадження медіаосвіти, розпочате за ініціативи Національної академією педагогічних наук України 2017 р. на базі досвіду, накопиченому за 2011-2016 рр. у всеукраїнському експерименті з впровадження вітчизняної соціально-психологічної моделі медіаосвіти. Масове впровадження медіаосвіти в Україні має бути синхронізованим з рекомендаціями ЮНЕСКО загальнонаціонального рівня щодо стратегії формування медіа інформаційної компетентності [5], які враховано в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція), схваленої НАПН України (постанова Президії НАПН України від 21 квітня 2016 р. № 1-2/7-110) [6].

Необхідно забезпечити стале фінансування щорічних досліджень дитячого медіаландшафту в Україні, який має забезпечити суттєві орієнтири для розуміння умов соціалізації дитини в інформаційному просторі і дати можливість прогнозування тенденцій у порівнянні з кращими європейськими практиками. Такі дослідження надаватимуть доказові аргументи для прийняття рішень Національним регулятором медіаринку, дадуть можливість адекватно адаптувати європейський досвід медіаосвіти з урахуванням схожих умов медіасоціалізації.

Список використаних джерел:

1. Media use in the European Union. Standard Eurobarometer 82. Autumn 2014. P. 88. ISBN 978-92-79-46180-4
2. Children's Media Barometers / Finnish Social Science Data Archive Режим доступу <http://www.fsd.uta.fi/en/data/catalogue/series.html#mediabaro>
3. Медіа-культура населення України: Інформаційний бюлетень. Червень 2008 / За ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Барншпольця; Упоряд. Л. П. Черниш. – К., 2008. – 52 с. Режим доступу http://ispp.org.ua/bibl_6.htm
4. Медіапсихологія: на перехресті інформаційного та освітнього просторів. Монографія. За наук. Ред. Л.А.Найдьоновой, Н.І.Череповської. К. Міленіум, 2014. – 348 с.
5. Media and Information Literacy POLICY & STRATEGY GUIDELINES. Edited by Alton Grizzle and Maria Carme Torras Calvo. Published in 2013 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/> © UNESCO 2013 ISBN 978-92-3-001239-7 – p. 193.
6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / Ред. М.М.Слюсаревського, Л.А.Найдьоновой, 2016. – 16 с. Режим доступу http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediasovita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediasoviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/

картину і відстежувати динаміку використання дітьми різних засобів масової інформації, таких як аудіовізуальні програми на різних носіях, Інтернет, цифрові ігри, радіо і музика, а також книги, комікси і журнали тощо. Дослідження дитячого медіабарометру як правило щорічно фінансується Міністерством освіти і культури, як у Фінляндії (чи відповідними органами вищої виконавської влади у інших країнах) і використовується як з метою покращення регуляції медіа виробництва і мовлення, так і для відповідного випереджувального вдосконалення освітніх програм [2]. Особливо важливим є розуміння медіаландшафту для розробки освітніх програм на базі компетентнісного підходу, зокрема для розвитку ключової медіа інформаційної компетентності.

Дитячий медіаландшафт у контексті витрат бюджету вільного часу Інститут соціальної та політичної психології НАПН України досліджується з 2007 р. у межах моніторингу медіакультури населення України [3]. 2012 р. використано підхід, характерний для дитячого медіабарометра, що дає можливість порівняти дитячі медіаландшафти України і Європейських країн [4].

Оцінюють медіапрактики за обсягом часу, витраченого на контакт саме з цим медіа (медіа експозиція) або за частотою контактування з певним медіа (зокрема телебаченням, радіо, друкованою пресою, інтернетом тощо). Для вимірювання частоти контакту з медіа найчастіше використовують не суб'єктивну шкалу (наприклад: дуже часто, часто, зрідка, майже ніколи), а об'єктивовану частоту з вказуванням періоду (наприклад: кожен день, майже кожен день, два-три рази на тиждень, не частіше одного разу на тиждень, два-три рази на місяць, менше ніж два-три рази на місяць, ніколи).

Загалом медіаекспозиція екранних медіа в Україні є надмірною порівняно з рекомендаціями Всесвітньої організації охорони здоров'я (до 2 років – не споживати медіа взагалі, у дошкільному віці до 15

хвилини, у молодшому шкільному віці – на екранні розваги до півгодини). В Україні за даними репрезентативного опитування батьків у 2012 р. щоденно витрачають на перегляд телепередач: діти дошкільного віку (3–5 р.) – 1 годину 46 хвилини, школярі молодших класів (6–9 р.) – 2 години 33 хвилини, підлітки (10–15 р.) – 2 години 44 хвилини, старшокласники (16–18 р.) – 2 години 35 хвилини. За світовими стандартами дітей, що дивляться телевизор у середньому менше 1 години на добу, називають «легкими» споживачами телепродукції (вони становлять 42% дітей в Україні), а тих, хто витрачає на перегляд більше 4-х годин, – «важкими» споживачами (їх 11%) за аналогією з вживанням важких наркотиків. Важкий тип споживання телепродукції вважається надзвичайно шкідливим для здоров'я і розвитку дитини; наслідки можуть бути тим гіршими, чим раніше розпочалося зловживання нерухомим зануренням у телеперегляд. Загалом вплив екрану на психіку дитини в ранньому віці вважається настільки шкідливим (аж до розвитку так званої цифрової деменції чи функціональної неспроможності), що Американська асоціація педіатрів у 2016 р. запропонувала додати в перелік прав дитини право на безекранний життєвий простір.

Аналіз вікової динаміки розподілу типів споживачів медіа в Україні показує, що значне зростання кількості «важких» споживачів спостерігається в 6-річному віці – коли дитина йде до школи, отримуючи вільний час поза батьківським контролем (поки ті не повернулися з роботи). Другий пік припадає на 8-9-річний вік – коли закріплюються перші зразки довільної споживачької поведінки і формуються зачатки вольового додання спокус, зокрема й бажання пасивного відпочинку перед екраном телевізора. Кількість «важких» телеспоживачів у цьому віці вперше перевищує 10%.

У відповідності до пенічного розвитку дитини і формування новоутворень, які здатні захистити від шкідливого впливу медіа