

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ОСНОВА РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ

Булычева Ирина Андреевна

магистрантка

Санкт-Петербургский государственный институт культуры,

г. Санкт-Петербург

Научный руководитель: Львова Елена Николаевна

кандидат педагогических наук, доцент

Санкт-Петербургский государственный институт культуры,

г. Санкт-Петербург

MEDIA EDUCATION TECHNOLOGIES AS A BASIS FOR REALIZING THE CREATIVE POTENTIAL OF YOUTH

Bulycheva Irina Andreevna

undergraduate,

Saint Petersburg State Institute of Culture,

Saint Petersburg

Scientific adviser: Lvova Elena Nikolaevna

Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor

Saint Petersburg State Institute of Culture,

Saint Petersburg

DOI: 10.31618/NAS.2413-5291.2021.4.74.538

АННОТАЦИЯ

Актуальные тренды развития медиаобразовательных практик анализируются в данной статье в контексте проблем и возможностей развития молодежного медиаторчества в структуре социально-культурной деятельности учреждений культуры и досуга. Анализ осуществляется на основе сопоставления позиций специалистов и результатов диагностического исследования степени вовлеченности молодежи в процессы медиаторчества и медиаобразования, где особую роль приобретают технологии наставничества, замещающие на сегодняшний день традиционные обучающие дидактические приемы.

ANNOTATION

The current trends in the development of media educational practices are analyzed in this article in the context of the problems and opportunities for the development of youth media creativity in the structure of social and cultural activities of cultural and leisure institutions. The analysis is carried out on the basis of comparing the positions of specialists and the results of a diagnostic study of the degree of involvement of young people in the processes of media creativity and media education, where mentoring technologies are acquiring a special role, replacing traditional teaching didactic techniques today.

Ключевые слова: Медиаобразование, медиаграмотность, творческая деятельность, молодежь, досуговые интересы.

Keywords: Media education, media literacy, creative activity, youth, leisure interests.

В социально-культурной деятельности современных учреждений культуры и досуга медиаобразовательные практики становятся крайне значимым направлением организации творческой самореализации молодежной аудитории. В этой связи особую актуальность приобретают различные факторы влияния современного медиапространства на развитие личности, которые могут рассматриваться и как барьеры, и как возможности. В течение последних двух десятилетий в связи с развитием социальных сетей и усовершенствованием технических возможностей мобильных устройств и их доступности для рядового пользователя, молодое поколение является уже не только потребителем медиа, но все чаще становится создателем медиасреды. Формирующееся медиапространство

порождает новые специфические направления для творческой деятельности, которые, в свою очередь, делают это медиапространство более разнообразным и динамичным. В этом плане можно говорить о рекламном творчестве, дизайне, фотографии, видео, подкастинге, блогинге и др. Данные виды творческой деятельности характеризуются многообразием и динамичностью, которые в целом свойственны медиаобразовательным технологиям, предоставляющим разнообразные возможности для развития самосознания творческой молодежи. При этом крайне важными становятся технологии наставничества, замещающие на сегодняшний день традиционные обучающие дидактические приемы.

Американские исследователи и педагоги в области медиаграмотности Р. Хоббс и А. Дженсен

отмечали, что преподаватели медиаграмотности должны стремиться побуждать студентов использовать новые возможности для творчества и распространения, помогать им становиться авторами собственных сообщений, используя все технологические инструменты для самовыражения и образования [1, с. 9]. В интерпретации Р. Хоббс выделяются следующие основные навыки медиаграмотности:

Получать доступ: уметь находить информацию, используя средства массовой информации и технологические инструменты, а также делиться соответствующей и актуальной информацией с другими;

Анализировать и оценивать: понимать сообщения и использовать критическое мышление для анализа качества сообщений, их правдивости, достоверности и точки зрения, учитывая при этом потенциальные эффекты или последствия сообщений;

Создавать: уметь создавать контент, используя творческий подход и уверенность в самовыражении, с осознанием цели, аудитории и техник композиции;

Рефлектировать: применять социальную ответственность и этические принципы к собственной идентичности и жизненному опыту, коммуникативному поведению и поступкам;

Действовать: уметь работать индивидуально и совместно для обмена знаниями и решения проблем в семье, на рабочем месте и в обществе, а также участвовать в качестве члена сообществ на местном, региональном, национальном и международном уровнях.

Р. Хоббс также отмечала, что цифровые медиа дают возможность молодежи открыть для себя творческие навыки. В этом молодым людям должны помогать наставники, которые пошагово проведут через процесс создания медиапродукта от раскадровки, съемки, использования видеоредактора до подбора музыки и финальной демонстрации [2, с. 232–233]. Я.Б. Кафаи утверждает, что медиаторчество молодежи должно быть центральным компонентом любого медиаобразования. Она считает, что исследовательские и образовательные подходы к медиаграмотности сместили акцент с обучения потреблению медиа молодыми людьми на изучение производства ими различного медиаконтента [3, с. 1].

Р. Хоббс, описывая опыт медиаобразования в США, отмечает, что молодежные медиа, как направление, помогают учащимся найти свой голос и выразить себя, рассказывая свои истории через средства массовой информации. Медиапедагоги помогают учащимся использовать инструменты медиапроизводства для создания и распространения своих собственных идей. В период обучения подчеркивается важность размышлений о ключевых вопросах целевой аудитории, а также о сообщениях и значениях с точки зрения медиапроизводителя. Разнообразные формы обучения включают изучение вкусов и

творческих интересов учащихся, работу в группах для разработки идей, сообщений, экспериментов с инструментами создания медиа, создания медиа-сообщений, обмена критическими отзывами на протяжении всего производственного процесса, трансляции или распространению новых медиатекстов и участию в онлайн-сообществах для совместного творчества. Медиаторчество, по определению российского исследователя Н.Ф. Хилько, представляет собой «процесс созидательной деятельности в медийной сфере и его предметные результаты; взаимосвязанные процессы проективной деятельности и производства медиатекстов» [4, с. 20].

Медиа технологии стали важнейшей составляющей современного досуга молодежи. Многие аспекты досуга, включая развлечения, дополнительное непрерывное образование и общение, сосредоточены на медиатеchnологиях и находятся под их влиянием. Большая часть пользователей интернет - люди 14–18 лет. Это возраст, когда формируются предпочтения в сфере досуга и интересы в области культуры. Молодежь этого возраста сегодня находится в постоянном поиске «самых себя», переоценивает различные аспекты своей жизни, пытается дистанцироваться от своих семей, родителей и обрести независимость. Во многих случаях поиск своей идентичности выражается в их досуге и потребительской активности, что подтверждает опрос 50 респондентов указанного возраста, осуществленный в социальных сетях МБУ «Гатчинский Дворец Молодежи» в 2021 году.

Среди опрошенных 52% указали, что свободное время без каких бы то ни было планов вне учебы и обязательных дел составляет от 4-х до 6-ти часов в неделю. Только 18% опрошенных ответили, что у них есть около 2-х часов свободного времени в неделю, а 10% опрошенных не смогли точно ответить на этот вопрос, поскольку, предположительно, свободного времени у этой части участников исследования достаточно, чтобы его не приходилось считать. Данный фактор делает молодежь этого возраста желанной аудиторией для учреждений досуга города.

Проведенное исследование иллюстрирует различные способы участия молодежи в досуговой деятельности. Большинство молодежи Гатчины достаточно пассивно проводит свое свободное время. Так, одними из самых популярных способов провести свой досуг стали просмотр фильмов, встречи с друзьями и нахождение в сети «Интернет» (данные формы активности выбрали 64%, 62% и 58% участвующей молодежи соответственно). Но в то же время существует группа людей, проводящая свое время за чтением книг (50%), посещением кружков и секций (50%), прогулками (46%), а также занятием волонтерской деятельностью (44%). Можно наблюдать тенденцию, которая выражается в том, что молодежь города предпочитает выбирать виды досуга, направленные на коммуникацию со сверстниками. Таким образом, досуговые центры

должны иметь данную тенденцию в виду и создавать условия для свободного общения.

В ходе исследования респонденты ответили, как оценивают предложенный в городе досуг. Так, 46% считают, что в городе всегда есть чем заняться, однако 30% считают, что коммерческий сектор в городе развит лучше, чем бесплатные формы досуга, 24% остаются дома или ездят в Санкт-Петербург. Последний показатель является высоким, поэтому необходимость корректировать и добавлять новые формы досуга для молодежи учреждениям города высока.

Интернет-сеть имеет большое значение для опрошенной молодежи в качестве площадки общения (66%) и источника информации (чтение пабликов, блогов и пр. – 68%, поиск интересной информации и информации в образовательных целях – 34 и 36%). Но при этом время, которое опрошенная молодежь проводит в «Интернете», по большей части расходуется неэффективно. 60% респондентов отметило прокрастинацию одним из вариантов использования социальных сетей. Но при этом социальные сети можно рассматривать и как ресурс для медиатворчества, как форму самовыражения себя (публикация фотографий – 44%, ведение собственного блога – 24%). При этом ожидаемо самыми популярными направлениями досугового времяпрепровождения оказались: «Фотография», «Видеомонтаж и создание видео», «Волонтерство», «Дизайн и компьютерная графика», «Театральное мастерство», «Журналистика». Соответственно, можно утверждать, что молодежь заинтересована в медиатворчестве и медиатехнологиях.

В качестве формы медиатворчества по большей части выступает ведение блога. Только 14% респондентов совсем не интересуется данной темой, а самым популярным ответом стало желание вести видеоблог с интересным уникальным контентом (60%). При этом 62% респондентов не знают, как это желание возможно реализовать и нуждаются в различных формах обучения. При этом в ответных комментариях, выраженных в свободной форме, речь не идет о будущей профессионализации подобной деятельности, но много чаще подчеркивается её значимость как

желаемого формата самореализации и возможности представить свой взгляд на различные аспекты жизнедеятельности современного мира.

В данном случае полученные в ходе исследования результаты коррелируют с позицией Н.В. Чичериной, которая полагает, что медиаграмотность помогает человеку «активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык медиакультуры» [5, с.21].

В ориентирах современного человека в медиакультуре все меньше остается «зрителя», в традиционном понимании этого слова – реципиента массовой медиакультуры и информации. Для него все более значимым является производство собственных видеороликов, фотографий, медиатекстов – как основа творческого освоения медиакультуры и медиареальности, «поиск себя», в ходе которого апробируются новые социальные, культурные и личностные роли, определяются новые возможности.

Список литературы:

1. Hobbs R., Jensen A. The Past, Present, and Future of Media Literacy Education // Journal of Media Literacy Education. 2009. №1. – P. 1–11.
2. Hobbs R. et al. Learning to engage: how positive attitudes about the news, media literacy, and video production contribute to adolescent civic engagement // Educational Media International. 2013. Vol. 50. No. 4. – P. 231–246.
3. Kafai Y. B., Fields D. A., Searle K. A. Understanding media literacy and DIY creativity in youth digital productions // The international encyclopedia of media literacy. 2019. – P. 1–10.
4. Хилько Н.Ф. Педагогика аудиовизуального творчества в социально-культурной сфере. – Омск : Изд-во ОмГУ, 2008. – 182 с.
5. Чичерина Н.В. Медиаобразование в контексте изменяющейся социальной реальности. – Архангельск: Поморский университет, 2008. – 175 с.