

ДО ПИТАННЯ ПРО ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ У ДІТЕЙ

Рень Л.В.

м. Чернігів

Характерною ознакою сучасної успішної людини є її мобільність, гнучкість, проявом чого виступає вміння швидко реагувати на події, адекватно їх оцінюючи. Наразі своєрідним і чи не найголовнішим джерелом поштовху для розвитку особистості виступає інформаційний простір, представлений, перш за все, радіомовленням, телевізійними трансляціями та інтернет-виданнями. Проте інформація, пропонована ЗМІ, несе і певну загрозу: стереотипи поведінки та цінності, отримувані споживачем медіа-продукції, не завжди мають конструктивний початок, що актуалізує необхідність критичного відбору інформації, її переосмислення. Особливо означена проблема стосується дітей та підлітків.

Проблемі впливу ЗМІ на особистість дитини присвятили свої дослідження Н.Верцинська, Л.Денисова, Б.Ломов та ін.; інтернет-залежність та шляхи її подолання розглядали Т.Веретенко, Н.Максимовська, Н.Сергєєва та ін. Феномен медіакультури та особливості її формування представлені у працях Н.Кирилової, Н.Череповської, О.Федорова та ін. Метою нашої статті є аналіз медіакультури як комплексного поняття та визначення потенціалу соціально-педагогічної діяльності щодо її формування у дітей та батьків.

Поняття «медіа» розглядається як засіб, через який опосередковано здійснюється комунікація між людьми; воно об'єднує різні засоби масової інформації: друковану пресу (газети, журнали, книжки), кінематограф, радіо, телебачення, звукозаписи та відеозаписи, відеотекст і телетекст, рекламні щити і панелі, відеоцентри, сукупність телевізійних, телефонних та комп'ютерних ліній зв'язку. Усе це – засоби донесення інформації до масової аудиторії. ЗМІ розуміють як засіб масової соціалізації, який об'єднує загалом усю інформацію, розраховану на масового споживача [1, с.54].

Л.Денисенко виділила фактори негативного впливу ЗМІ на молоде покоління, що можуть спричиняти небажані наслідки у їхній поведінці, способі життя, уподобаннях та орієнтаціях: культивування деструктивних гендерних стереотипів, пропаганда «вільних стосунків», гомосексуалізму, проституції і порнографії, наркотиків, вживання ненормативної лексики, показ прикладів жорстокості й насильства, демонстрація інформації залякувального характеру [1].

Сприяти попередженню негативного впливу ЗМІ на особистість, яка формується, може цілеспрямована освітня діяльність – медіаосвіта. Враховуючи те, що ЮНЕСКО визначило медіаосвіту як пріоритетну галузь культурно-педагогічного розвитку XXI ст., даний напрям розроблюється і впроваджується у різних країнах.

Дослідник Л.Мастерман обґрунтував причини пріоритетності та актуальності медіаосвіти у сучасному світі, серед яких:

- 1) високий рівень споживання медіа та насиченості сучасного суспільства засобами масової інформації;
- 2) ідеологічна важливість медіа та їх впливу на свідомість аудиторії;
- 3) швидке зростання кількості медійної інформації, посилення механізмів її керування та розповсюдження;
- 4) інтенсивність проникнення медіа до основних демократичних процесів;
- 5) підвищення значущості візуальної комунікації та інформації у всіх галузях;
- 6) необхідність навчання учнів та студентів з орієнтацією на відповідність майбутнім вимогам;
- 7) зростання національних та міжнародних процесів приватизації інформації [4,с.5-6].

В Україні наразі реалізується Концепція впровадження медіаосвіти, схвалена постановою Президії Національної академії педагогічних наук 20 травня 2010 р. Відповідно до Концепції, медіаосвіта визначається як частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи 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].

Медіакультура ж є сукупністю інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіа-культура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі [2]. Для визначення вектора формування медіакультури особистості важливо окреслити її складові: *медіаобізнаність*, сформованість якої обумовлює розвиток такого психологічного новоутворення, як медіаімунітет; *медіаграмотність* та її психологічне новоутворення – конструктивне критичне сприймання і мислення; *медіакомпетентність* з її новоутворення – творче самовираження та творча комунікація [5,с.43].

Окрім того, медіакультура базується на загальній культурі особистості, знаннях елементарних правил спілкування і поваги до співрозмовника. Досить красномовними щодо цього є результати аналізу відкритого спілкування дітей та підлітків між собою у соціальних мережах.

Як справедливо зазначав К.Ушинський, батьки є завжди вихователями для своїх дітей і кладуть зерна перших успіхів чи неуспіхів виховання [3]. Відповідно необхідність набуття батьками педагогічних знань не викликає сумніву. Нині процес виховання має враховувати тенденції глобалізації, що включає інформатизацію світу, і обізнаність з даного питання батьків. Зокрема, у Концепції впровадження медіаосвіти в Україні серед форм медіаосвіти визначено батьківську, що «забезпечує ефективність медіаосвіти сім'ї як провідного чинника і соціального середовища ранньої соціалізації дитини» [2].

Як показали результати дослідження, проведеного в ЗНЗ м. Чернігова у 2011 р., 40% учнів 4-х класів познайомили з комп'ютерними іграми батьки. Це обумовлює необхідність побудови цілеспрямованої роботи психологічної служби школи щодо формування медіакультури як дітей, так і батьків. Спроби вирішення означеної проблеми знайшли своєї відображення у профілактичній діяльності соціального педагога. Зокрема, заплановано проведення батьківського лекторію на тему «Дитина у віртуальному просторі» та створення дискусійного клубу для учнів 5-11-х класів. У процесі реалізації окреслених заходів передбачається розвиток критичного мислення, медіаграмотності дітей та батьків шляхом ведення «щоденників спостережень», де вони фіксуватимуть свої враження, аналізуватимуть переглянуті телевізійні програми та відеосюжети.

Таким чином, формування медіакультури особистості передбачає створення та реалізацію комплексних програм, спрямованих на формування методів захисту учнів від маніпулятивного впливу медіа, вироблення технологій орієнтації в інформаційних потоках сучасного глобалізованого суспільства. Причому такі програми мають базуватися і на навчанні батьків, оскільки сучасне виховання потребує їх медіаграмотності.

Список використаних джерел:

1. Денисенко Л.М. Фактори негативного впливу ЗМІ на формування особистості дітей та підлітків у контексті попередження дитячої бездоглядності / Л.М. Денисенко // Постметодика. – 2009. – № 2. – С. 53–56.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ispp.org.ua>.
3. Ушинський К.Д. Вибрані педагогічні твори / Ушинський К.Д. – К. : Рад. школа, 1983. – 488 с.
4. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза : [монография] / Федоров А.В. – М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 465 с.

АКТУАЛЬНІСТЬ НАВЧАННЯ ДІТЕЙ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В СІМ'І

Рижкова А.Ю.

м. Харків

Сім'я – основний осередок суспільства, провідний фактор соціалізації дитини. Сім'я є соціальним інститутом і в той же час виховним інститутом, виконує та здійснює завдання розумового, морального, естетичного і фізичного виховання дітей, дбає про їх гармонійний розвиток, а також про раціональну організацію життя, дозвілля, спілкування, навчання, в контексті формування життєвих умінь, яким більше ніде не вчать.

У сучасному світі стає дуже популярним навчатися тайм-менеджменту. Зраз існує багато книжок для самостійного вивчення та тренінгів для інтенсивного вивчення тайм-менеджменту за короткий час для дорослих.

У той же час, досі не має педагогічно-адаптованого змісту та методик, які б були доступними для дітей. Хоча саме постановці цілей, раціональному розподілу часу, розстановці пріоритетів треба навчати дітей з дитинства. Виникає проблема змісту тайм-менеджменту і методів його навчання дітей батьками.

Тайм-менеджмент у сучасній, здебільшого, популярній літературі визначається як технологія управління часом, яка дозволяє використовувати час нашого життя згідно із власними цілями та цінностями [1, с. 9]. Батькам треба як вчити дітей постановці життєвих перспектив, так і володіти вміннями навчати дітей тайм-менеджменту, враховуючи їх вік.

Для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку краще за все підійде навчання у ігровій формі. Наприклад, відома казка «Золота рибка», може бути використана, як основа принципу постановки цілей. Можна порекомендувати використовувати прийом КВЛВ (конкретна, вимірювана, локалізована, вимірювана в часі), бо вона найпростіша, потім можна ускладнювати задачу та використовувати інші технології. Кожна з літер цієї технології відповідає певній дії. Так наприклад, усі пам'ятаємо, що бабка з казки загадувала бажання «хочу нове корито/новий дім», проте коли її бажання здійснювалися, вона була не задоволена, тому що вона сама не знала, що їй насправді потрібно. Пропонуємо пограти з дітьми у цю казку. Батьки мають бути золотою рибкою, а дитина має загадувати бажання. Але, ці бажання повинні бути не «хочу...», а, наприклад, «хочу отримати атестат з відмінними оцінками за дев'ятий клас, та продовжити навчання у 10 класі гуманітарного профілю».