

Массовый приток на производство квалифицированных женщин-работниц способствовал не только их профессиональному росту, но и давал возможность шире использовать свои права, формировать личностные качества и мировоззрение. Связь полученных знаний с их применением в трудовом процессе открывала перед активными работницами новые горизонты, показывая всему обществу, что женское образование необходимо не только для трудовой деятельности, но и для гармоничного развития личности в целом.

Таким образом, тема женского специального и профессионального обучения получила свое характерное для эпохи строительства социализма отражение в прессе, хотя многие проблемы остались за бортом. Общество, желавшее видеть женщину только в роли профессионала в своей трудовой деятельности и с этой же целью образованной ещё не было готово обсуждать в печати проблемное поле этой стороны жизни советских женщин прежде всего по идеологическим причинам.

Литература

1. Женщины в СССР. Статистические материалы. – М.: Статистика, 1965. – 15 с.
2. Здравомыслова, О.М. Семья и общество: гендерное измерение российской трансформации/ О.М. Здравомыслова. – М.: Едиторная УРСС, 2003. – 152 с.
3. Итоги Всесоюзной переписи населения 1959 года. Белорусская ССР / Центр. стат. упр. при Совете Министров СССР. – М.: Госиздат, 1963. – 243 с.
4. Кузнецова, Л.Н. Пироги домашние и недомашние / Л.Н. Кузнецова. – М.: Сов. Россия, 1976. – 85 с.
5. Янкова, З.А. Советская женщина (социальный портрет) / З.А. Янкова. – М., политиздат, 1978. – 159 с.

Юлия Нестеряк

Институт журналистики

Киевского национального университета им. Т. Шевченко

(Украина)

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ЖУРНАЛИСТИКИ: ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ МЕДИАПРОЕКТОВ

Стремительное развитие информационной среды, совершенствование путей получения и передачи информации привели не только к количественным, но и к качественным изменениям в медиа. Средства массовой информации превратились в одну из самых

важных составляющих общественной жизни. По подсчетам социологов, за 75 лет жизни среднестатистический человек имеет 50 лет активной деятельности без сна. 9 лет из них он проводит за просмотром телевизионных программ. Современный школьник тратит в среднем 6 часов в сутки на общение с медиа (42 % этого времени идет на просмотр фильмов и телепрограмм и только 12 % – на чтение печатных текстов) [3, с. 47–48].

В современном коммуникационном процессе значительно возросла роль аудитории, которая, превратившись из пассивного получателя информации на ее производителя, выдвигает перед медиа новые требования: быть там, где находятся потребители информации.

При таких условиях существенную роль играет медиаобразование, способное воспитать у граждан умение работать с гигантскими информационными потоками, анализировать и проверять полученную информацию, принимать участие в ее создании и пространстве.

Важность внедрения медиаобразования в обычную жизнь граждан, необходимость сделать медиаобразовательный процесс непрерывным в течение всей жизни человека неоднократно подчеркивалась в резолюциях и рекомендациях ЮНЕСКО, резолюциях Европейского парламента. В частности, в рекомендациях ЮНЕСКО 2002 г. отмечается, что медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любого государства на свободу самовыражения и получение информации. Оно способствует поддержке демократии, поэтому рекомендовано введение медиаобразовательных уроков в рамках национальных учебных планов, а также в пределах дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека [4].

Резолюция Европарламента 2008 г. также акцентирует внимание на необходимости проведения непрерывного медиаобразования [2, с. 7]. Средства массовой информации, будучи социально ответственными, должны быть заинтересованными в воспитании медиаобразованной и медиакультурной аудитории.

Зарождение медиаобразования в Украине можно отнести к июню 1999 г., когда во Львове был создан Институт экологии массовой информации (<http://www.lnu.edu.ua/mediaeco/index.htm>). В начале своей деятельности Институт проводил исследования по таким направлениям: медиафилософия (философское осмысление влияния массовой коммуникации, в частности, медиатехнологий, на нашу психику и культуру), медиакритика (анализ медиадискурса для профессионалов), медиаобразование.

Со временем в высших учебных заведениях начали вводиться учебные курсы, связанные с медиаобразованием и медиакультурой. Вопросы медиаобразования пребывают в центре внимания многих кафедр и факультетов, где ведется подготовка журналистов и других профессиональных участников информационного пространства.

В 2010 г. в Украине была принята «Концепция внедрения медиаобразования в Украине» (утверждена Постановлением Президиума Национальной академии педагогических наук Украины) [1]. Ее главная идея – содействие становлению и развитию эффективной системы медиаобразования в Украине с целью обеспечения общей подготовки детей и молодежи к безопасному и эффективному взаимодействию с современной медиасистемой.

Концепция предусматривает прохождение таких этапов на пути внедрения: экспериментальный этап (2010–2013), постепенное укоренение медиаобразования и стандартизация требований к медиаобразованию (2014–2016), дальнейшее развитие медиаобразования и завершение его массового внедрения (2017–2020).

С 2011 г. началось преподавание медиаобразовательных курсов в областных институтах последиplomного педагогического образования, преподавание курса «Медиакультура» в рамках всеукраинского эксперимента по внедрению медиаобразования в среднее общеобразовательное школьное образование, созданы первые программы, пособия и учебники по медиаобразованию и медиакультуре. В конце 2012 года вышел учебник «Медиаобразование и медиаграмотность». Среди авторов учебника – ведущие украинские и зарубежные научные деятели.

Не остались в стороне и средства массовой информации. В 2003 г. был учрежден электронный журнал «Медиакритика» (http://www.mediakrytyka_franko.lviv.ua). Значительное внимание медиаобразованию уделяет общественная организация «Телекритика», имеющая свой печатный и электронный варианты журнала. В 2010 г. совместно с Институтом массовой информации «Телекритика» создала новый медиаобразовательный проект, полностью посвященный борьбе за улучшение качества медиа через повышение осведомленности и грамотности аудитории – Mediasapiens (Медиаграмотность) (<http://osvita.mediasapiens.ua>).

Задачей проекта является помощь потребителям медийного контента в лучшем понимании сути медиа, в ориентации в информационном пространстве, способствование критичному отношению к медийному контенту, обучение умению отличать качественную и правдивую информацию, выявлять манипулятивные попытки

влиять на общественное мнение и не поддаваться им, содействие знанию и пониманию информационных прав человека, обучение возможностям их использования.

Профессиональные работники медийной отрасли на страницах «Медиаграмотности» высказывают свое мнение о том, чего не хватает украинским медиа, какими они должны или не должны быть, что следует знать и что делать потребителю информации, чтобы не попасть на крючок манипуляций.

В Институте журналистики с 2010 г. для студентов 4 курса специальности журналистика преподаются курсы «Медиакритика» и «Медиакультура». В рамках последнего будущие журналисты не только овладевают теоретическими основами медиаобразования, а и разрабатывают практические медиаобразовательные проекты для детей, подростков и молодежи. Эти проекты реализовываются на базе дошкольных, школьных и высших учебных заведений. Самая младшая аудитория уже реализованных проектов – дети 5–6 лет, самая старшая молодежная аудитория – 20–22 года.

Среди проектов есть и такие, которые можно назвать долгосрочными. Например, студенты и преподаватели Института сотрудничают с гимназией № 48 города Киева, регулярно проводя медиаобразовательные уроки для учащихся, принимая участие в работе кружка по журналистике, помогая редакции школьной газеты «Вести с Прорезной».

Медиаобразовательные проекты отличаются, прежде всего, своей практической направленностью. Каждый из них нацелен на создание информационного продукта – газеты, журнала, выпуска радио- или теленовостей. Кроме того, концепция проектов предусматривает конкурентные условия, что повышает мотивацию участников к созданию оригинального творческого продукта.

В процессе изучения курса «Медиакультура» студенты Института журналистики имеют возможность посмотреть на медиа глазами потребителей продукции средств массовой информации. Это дает возможность лучше понять нужды аудитории, формирует ответственное отношение к создаваемой ими медиапродукции.

Во время занятий выполняются практические и кейсовые задания, направленные на понимание необходимости работы с аудиторией, на формирования у нее медиакультуры и медиаграмотности. Например, студенты работают над совершенствованием методов использования медиа на уроках в общеобразовательных школах, разрабатывают рекомендации по этому поводу для педагогов разных отраслей: физиков, математиков, биологов, химиков, историков и т.д.

Один из перспективных проектов носит название «Газета за 24». Его суть в том, что две или больше команд (от 7 до 15 человек) работают как коллектив редакции газеты. В течение суток они должны создать полностью новое издание, начиная с названия, разработки концепции и заканчивая написанием журналистских материалов и их версткой. Использование ранее написанных материалов запрещено.

Для команд-участниц накануне конкурса проводятся занятия, на которых преподаются азы журналистики, особенности работы редакции, функциональные обязанности редактора, репортера, верстальщика и т. д. Работу команд оценивает компетентное жюри, членами которого являются студенты Института, преподаватели и практикующие журналисты.

Традиционными для Института стали экскурсии для школьников в учебное заведение. Во время таких посещений ученики имеют возможность почувствовать себя журналистами, принять участие в подготовке радиопрограммы (например, начитать текст в радиостудии), телепрограммы (почувствовать себя режиссером, оператором, ведущим), снять фоторепортаж, пообщаться со студентами и преподавателями. Такие мероприятия носят не только профориентационный, но и медиаобразовательный характер.

Сейчас Институт журналистики разрабатывает проект при участии редакций ведущих средств массовой информации «Интервью моей мечты». Он также рассчитан на школьную аудиторию. Участие в проекте будут принимать команды из 3-5 учеников, которые хотят встретиться с известным в Украине человеком: политиком, артистом, спортсменом, журналистом, дизайнером или человеком другой профессии. Участники готовят вопросы своему кумиру. Авторы лучших вопросов получают возможность провести реальное интервью с избранным ими человеком. Написанный по результатам материал будет размещен в СМИ.

Вклад в развитие медиаобразования вносит и студенческое телевидение он-лайн. Проект «Campus» это не только радио для студентов, а сетевое вещание, которое охватывает молодежную аудиторию Украины. Формат вещания college, который еще называют campus, предназначен не только для студенческого сообщества, профессионально занимающегося радио или тележурналистикой, но и для будущих медиков, историков или математиков, которые могут приобщиться к выпуску программ, получая медиаобразовательные навыки и имея возможность рассказать о себе.

Еще одно направление реализации медиаобразовательных проектов – создание студентами в рамках выполнения практиче-

ских бакалаврских работ учебных медиаобразовательных фильмов, радио- и телевизионных передач и т.д.

Таким образом, низкий уровень медиакультуры в современном обществе в условиях постоянного развития информационного пространства, порождает чувствительность к медиаманипуляциям, недостаточное сопротивление низкопробной медиапродукции, содействует возникновению и распространению медиазависимости. Поэтому медиаобразование является важной составляющей образовательного процесса не только для рядовых граждан, но и для журналистов.

Основные цели медиаобразования – подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, воспитать активных информированных граждан, которые владеют культурой общения со СМИ, умеют не только воспринимать, критически осмысливать, но и создавать медиатексты или другие информационные продукты, приобщаясь к развитию гражданской журналистики.

Приобщение студентов-журналистов к воспитанию медиаобразованной аудитории содействует повышению уровня медиаграмотности общества, а также формирует ответственное отношение будущих журналистов к информационным продуктам, которые производятся средствами массовой информации.

Литература

1. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm.
2. Медіа освіта та медіа грамотність: підручник / Ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; За науковою редакцією В.В.Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012.
3. Kubey, R. Obstacles to the development of Media Education in the United States // Journal of Communication. – 1998. – Winter.
4. UNESCO (2002) The Seville Recommendation. In: Youth Media Education. Paris: UNESCO

Александр Отливанчик

Белорусский государственный университет

СЛАВЯНСКИЙ ВОПРОС ВО ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОГРАММЕ РУССКОГО ПОЧВЕННОЧЕСТВА (по публикациям журнала «гражданин» 1872–1879 гг.)

Широкое участие литераторов и ученых славянофильско-почвеннического направления в консервативном еженедельнике «Гражданин» в начальный период его издания позволяет рассмат-