

Медиаобразование в Пермском крае на примере профильной смены в лагере «Нечайка»

Научный руководитель – Мясникова Диана Игоревна

Горбачёва Мария Евгеньевна

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Филологический факультет, Пермь, Россия
E-mail: machagorbacheva@yandex.ru

Сегодня в эпоху интернета и постправды медиаобразование является необходимой частью образования общества вообще. Важно - разбираться в информации и её источниках, отличать факты от фейков. Если мы будем потреблять некачественную информацию, мы, как минимум, будем иметь искажённую картину мира. Научить детей - школьников - ориентироваться в медиaprостранстве - первый шаг к тому, чтобы защитить их от интернет - угроз и вредоносных источников. Согласно исследованиям института современных медиа (MOMRI) «71% детей в возрасте от 3 до 10 лет играет в игры и использует обучающие приложения на смартфоне или планшете. Динамика такова: в 3-4 года играют 49% детей, в 5-8 лет — 75%, в 9-10 — 84%. К 10 годам практически каждый ребёнок (91%), живущий в крупном городе России, уже имеет свой собственный гаджет» [1]. Необходимость медиаобразования подтверждается тем, что 2 апреля 2018 года был выпущен приказ о создании рабочей группы по разработке Концепции развития медиаобразования в Пермском крае на 2018 - 2020 годы. Также необходимость медиаобразования отмечена в Концепции развития дополнительного образования детей, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 04 сентября 2014 г. № 1726-р.

Цель моего исследования - выявить степень осведомлённости в теме медиа у детей - участников профильной смены по журналистике «В гуще событий» в лагере «Нечайка».

Лагерь «Нечайка» - необычный детский лагерь в Пермском крае. «В гуще событий» - смена, напрямую посвященная медиаобразованию. Цель, по словам разработчиков профильной смены «В гуще событий»: научить детей выбирать информацию, которая поможет им начать расти в профильном направлении уже сейчас и выбрать дело своей жизни. Повышение медиаграмотности у детей посредством получения дополнительного образования в сфере журналистики проводилось в мастерских «ТВ», «Радио», «Блоги», «Автор».

Организаторы проекта «В гуще событий» на протяжении всей смены активно внедряли практику медиаторчества. В официальной группе лагеря во «ВКонтакте» велись ежедневные видео- отчеты в форме новостных сюжетов и клипов, а также постепенно наполнялся фотоальбом, на данный момент он имеет более 5.000 снимков детей - участников профильной смены. За время смены платформа Instagram набрала более 270 подписчиков, а канал на YouTube набрал почти 50.000 просмотров.

Медиаобразование на базе лагеря «Нечайка» проходило не только на мастерских и лекциях. Организаторы ежедневно приглашали медийных личностей в лагерь, для того, чтобы они поделились опытом с ребятами, ответили на вопросы (всего 38 журналистов, блогеров, музыкантов).

В рамках исследования было проведено анкетирование, в котором дети ответили на следующие вопросы:

- 1) Ты приехал в лагерь по собственному желанию?
- 2) Какие мастерские тебе нравятся?
- 3) Каких блогеров ты знаешь?

4) Каких журналистов ты знаешь?

Было опрошено 100 человек, участников профильной смены «В гуще событий». Результаты показали, что по собственному желанию в лагерь приехало 75%, остальные - либо принудительно (18%), либо по взаимному согласию с родителями (7%). Наибольшей популярностью пользовались такие мастерские как «Блоги» (21%) и «ТВ» (20%).

В вопросе, «Каких блогеров ты знаешь?» наиболее часто встречались такие, как Иван Гай (20%), Марьяна Ро (13%), Саша Спилберг (10%), Юрий Дудь (6%), остальные 44% также назвали имена менее популярных блогеров. Примечательно, что 7% опрошенных не смотрят YouTube.

В ответ на вопрос, «Каких журналистов ты знаешь?» было названо 11 медиаперсон, чаще всего из которых повторялось имя Алексея Гущина (13%) - художественного руководителя смены, и часть детей знают его именно благодаря этому. Только 3-5% анкетированных знают Алексея Гущина после знакомства с его творчеством, а именно фотографиями - на выставке в художественной галерее.

Федеральных журналистов - Андрея Малахова и Юрия Дудя назвали по 2% опрошенных. Таким образом, профессиональных журналистов знают только 17 человек из 100. Из чего можно сделать вывод: современный ребёнок воспринимает медиасмену, как способ стать блогером, а о печатных или же телевизионных журналистах знает посредственно.

Проведённое исследование показало, что дети имеют низкую осведомлённость в медиaprостранстве. Они ориентированы на мнение блогеров, но не знакомы с журналистами и с журналистской сферой, а как мы знаем, качественная журналистика является гарантом проверенной информации и стержнем информационного поля. Это утверждение совпадает с мнением А. А. Валиева - заместителя министра связи и массовых коммуникаций РФ, который считает, что «конечно, блогеры влияют на информационный ландшафт, но всё-таки правила и тон этого информационного ландшафта задают СМИ, просто в силу того, что они профессионально занимаются этим бизнесом» [2].

Источники и литература

- 1) Тихомирова А. Более 70% детей в крупных городах играют на планшетах и смартфонах // <http://www.life.ru>, 2016 [1]
- 2) Черненко Ю.А. Журналисты и аудитория: как вернуть доверие читателей и повысить медиаграмотность. Интервью с заместителем Министра связи и массовых коммуникаций РФ Алексеем Волиным // <https://cmd-journal.hse.ru>, 2017 [2]