

Секция «Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

Роль ювенильной журналистики в медиаобразовании

Научный руководитель – Азарова Василиса Николаевна

Захарова Анна Михайловна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет журналистики, Томск, Россия
E-mail: az271699@gmail.com

Современный мир трудно представить без медиа. В результате стремительного развития СМИ на рубеже 20 и 21 веков, кардинально изменилось мировосприятие в целом и сформировалось новое медиапространство - "электронное окружение, в котором общество существует круглосуточно" [1] (Водопьян В. Г. Медиапространство в сфере массовой коммуникации: социокультурная реальность. Вестник АГУ. 2017. С.184). Чтобы лучше ориентироваться в новом медиапространстве человек должен уметь фильтровать информацию.

Согласно исследованию Водопьяна, медиапространство сформировало новый неиллюзорный мир общения, что привело к двум новым направлениям в процессе изучения теории массовой коммуникации: медиа-ориентированный и человеко-ориентированный подходы.

В своей работе Водопьян ссылается на мысли Г. Маклюэна, по его мнению суть медиа-подхода заключается в слепом подчинении и зависимости индивида от указаний средств массовой информации. Человеко-ориентированный подход подразумевает способность фильтровать и выделять информацию, совпадающую с его точкой зрения. Именно последнее нас и интересует. За фильтр и анализ информации, развитие критического мышления и понимание контекста отвечает медиаграмотность, которая является частью медиаобразования. В современном мире медиаобразование должно стать неотъемлемой частью в жизни каждого человека.

Медиаобразование помогает людям лучше адаптироваться в медиапространстве, осваивать язык средств массовой информации, учит анализировать медиатексты, развивает навыки критического мышления. То есть медиаобразование помогает людям становиться медиаграмотными.

Цель медиаграмотности - расширить понятие грамотности, включить способность воспринимать, анализировать, оценивать и контактировать с разнообразными медиатекстами (информационными, аналитическими, мультимедийными сообщениями любого жанра).

Доктор педагогических наук, филолог и главный исследователь медиаобразования Андрей Венедиктович Федоров понимает медиаобразование как "процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Обретенная в результате этого процесса медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля". [4] (Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов. 2001. С.39-50.)

Медиаобразование помогает людям лучше адаптироваться в мире медиапространства, осваивать язык средств массовой информации, учит анализировать медиатексты, развивает навыки критического мышления. То есть медиаобразование помогает людям становиться медиаграмотными.

Основная задача медиаобразования - подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, то есть к восприятию различной информации и научить человека понимать ее, осознавать последствия воздействия.

У медиаобразования можно выделить две цели: первая цель - помочь людям адаптироваться к жизни в новом информационном пространстве - для более широкой аудитории пользователей, она относится к непрофессиональному медиаобразованию, вторая цель - подготовить грамотных специалистов для работы в медиа - для узкоспециализированной аудитории, относится к профессиональному медиаобразованию.

Как людям адаптироваться к жизни в новом информационном пространстве и подготовить грамотных специалистов для работы в медиа? Начинать лучше с подросткового возраста, когда человек учится взаимодействовать с миром. В этом поможет интерактивная модель медиаобразования [2], которая основывается на партнерстве профессиональных журналистов и молодежной аудитории. Результат - совместный готовый медиапродукт.

Интерактивную модель медиаобразования можно сопоставить с детской журналистикой.

Детская журналистика включает в себя газеты, журналы, теле- и радиопередачи, предназначенные для детей и создаваемые самими детьми [3]. Издания, которые создают дети для детей можно охарактеризовать ювенильной журналистикой.

Более точное определение дала Диана Косолапова в своей работе «ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»: Ювенильная журналистика - коммуникативная и социальноадаптивная деятельность детей и подростков по сбору, обработке и периодическому распространению личностно-окрашенной информации.

Согласно исследованию Дианы, ювенильные издания можно разделить на два подвида в зависимости от степени участия в них взрослых. В первом случае это участие не допускается ни в коей мере, даже отторгается. Такие издания возникают называют «самиздат». Издания второго типа тоже издаются детьми - при творческой, а главное материальной поддержке взрослых. Как правило, в изданиях второго типа журналист-педагог работает с учеником как с аудиторией, погружает его в профессию, побуждает выполнять отдельные функции профессионального журналиста. «Обучаемый» и есть сама аудитория. Роли «педагог» и «ученик» полностью совмещаются с ролями «журналист» и «аудитория». Таким образом, благодаря ювенильной журналистике, ученики приобретают практические навыки и становятся более медиаграмотными и медикомпетентными. Ювенильная журналистика играет ключевую роль в медиаобразовании человека.

Источники и литература

- 1) Водопьян В. Г. Медиапространство в сфере массовой коммуникации: социокультурная реальность. Вестник АГУ. 2017. С.184
- 2) Жилавская И.В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования //Медиаскоп. 2008. № 2. С. 2-4.
- 3) Руденко И.А. Детская пресса России на современном этапе. М.: Детская журналистика, 1996. 411 с
- 4) Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов. 2001. С.39-50.