

К. О. Ляшенко

МЕДІАОСВІТНИЙ КЛУБ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ РОБОТИ З БАТЬКАМИ ТА ДІТЬМИ

Статтю присвячено проблемі формування медіакультури дитини в умовах сучасного інформаційного світу. Проведено аналіз історичного досвіду становлення медіаклубу як форми освіти. Модель паритетного спілкування в медіаклубі створює умови для спілкування на теми, які сьогодні хвилюють дітей і молодь, сприяє формуванню адекватної комунікативної культури сім'ї та посиленню культури спілкування батьків і їхніх дітей для гармонізації стосунків у сім'ях. Визначено основні соціально-психологічні принципи роботи сімейного медіаосвітнього клубу: добровільності, недирективності, зорієнтованості на інтереси підлітків, поєднання з фізичною та руховою діяльністю, системного підходу, рефлексивного підходу, індивідуального підходу, моделювання соціальних стосунків, позитивного мислення, створення медіапростору для спільної діяльності дітей і батьків.

Ключові слова: медіаосвітний клуб, медіаклуб, клубна робота, комунікативна культура, сімейна медіакультура, медіаосвіта.

Проблема формування медіакультури в умовах сучасного інформаційного світу набуває важливого соціального значення для розвитку критичного сприйняття та розуміння інформації, отриманої дитиною в медіапросторі. Саме активна включеність сучасної людини протягом життя в "глобальний медіа простір" закономірно ставить завдання теоретичного і практичного засвоєння медіакультури як особливого типу культури інформаційного суспільства – у процесі відповідної медіаосвіти [1; 14].

Проте можливість методичного і цілеспрямованого формування сімейної медіакультури засобами медіаосвітнього клубу, де медіаосвіта виступає профільним напрямом, а медіаторчість має прикладний характер, на жаль, ще не вивчена.

Питання теорії і практики масової комунікації, впливу її засобів є об'єктом уваги соціальних психологів (А. Бандура, В. Росс, Р. Харріс, Дж. Гербнер, Л. Гросс, М. Морган, Н. Сіньореллі, І. Мейровіц, Н. Поустмен, Ван Евра, Дж. Г. Блумер, А. Рубін). Серед новітніх теоретиків дослідження медіа українські вчені – М. М. Слюсаревський, Л. А. Найдюнова, П. Д. Фролов; російські – О. В. Федоров, Н. Б. Кирилова [7]; іноземні – Естер Дайсон, Г. Л. Сквоттер, Б. Стерлінг та М. Крокер. Зокрема, О. Л. Вознесенською розроблена вікова періодизація взаємодії дитини із сучасним інформаційним простором на основі визначених періодів розвитку (Л. Марчер, Э. Ярлнс, Д. Ельконін, Е. Еріксон, Л. С. Виготський) [2].

Мета статті: аналіз медіаклубів як форми медіаосвітньої роботи та обґрунтування методичних принципів медіаклубу в соціально-психологічній моделі впровадження медіаосвіти.

Історія розвитку медіаосвіти і становлення терміна “медіаосвіта” йде від першої навчальної програми з медіаосвіти, яку розробив канадець М. МакЛюен 1959 р., а її активне застосування в навчально-виховному процесі розпочалося в 60-х роках ХХ ст. у Великій Британії, Канаді, Німеччині, США, Франції.

У документах ЮНЕСКО *медіаосвіта проголошена пріоритетним напрямом культурно-педагогічного розвитку*. Підвищення комунікативної та медіакомпетентності в системі батьки–діти може допомогти у формуванні певного способу життя родини, в становленні взаємостосунків батьків і дітей, у створенні такої сімейної атмосфери, яка дасть дитині відчуття захищеності й одночасно стимулюватиме її гармонійний розвиток.

Медіаосвіта сприяє збагаченню людей різним культурним досвідом за допомогою споживання ними медіаповідомлень усіх типів (друкованого слова, аудіо і рухомих зображень та ін.). У країнах, що застосовують новітні технології, медіаосвіта допомагає громадянам представляти їхні культури і традиції. Медіаосвіта створює додаткові можливості для людей у будь-якому суспільстві та уможлиблює доступ до медіа людей з особливими потребами або економічно неспроможних верств населення.

Завдання медіаосвіти – навчити молоду людину грамотно “читати” медіатекст, розвинути її здатність сприймати й аргументовано оцінювати медіаінформацію, самостійно і критично мислити, прищепити естетичний смак, допомогти інтегрувати знання та вміння, здобути на різних заняттях, під час сприйняття, аналізу інформації, у творчій діяльності; виявити і сформувані через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність. На нашу думку, медіа освіта є ціннісною системою координат, інститутом громадянського виховання. *Предмет медіаосвіти* – взаємодія людини з медіа, система знань і вмінь, необхідних людині для повноцінного сприймання та аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості [10]. Існує також поняття “медіаграмотність”, під яким російські медіапедагоги розуміють уміння аналізувати й синтезувати медійну реальність, уміння “читати” медіатекст, здатність використовувати медійну техніку, знання основ медіакультури, тобто результат медіаосвіти. Як бачимо, з останнього визначення випало головне: критичне сприйняття інформації, здатність протистояти маніпулятивним впливам.

Типовими методами медіаосвіти є: вербальні (розповідь, лекція, бесіда, діалог, обговорення, аналіз, дискусія тощо), наочні (пере-

гляд аудіовізуального матеріалу), репродуктивні, дослідницькі, евристичні, проблемні, ігрові (моделювання художньо-творчої діяльності творців медіатекстів, імпровізація тощо) [11].

Вирізняють також *моделі медіаосвіти*: освітньо-інформаційні (вивчення теорії та історії, мови медіакультури тощо), виховно-етичні (розгляд моральних, релігійних, філософських проблем на матеріалі медіа та ін.), практико-утилітарні (практичне вивчення та застосування медіатехніки), естетичні (виховання художнього смаку на кращих зразках медіакультури), соціокультурні (розвиток творчої особистості в плані сприйняття, уяви, зорової пам'яті, інтерпретації, аналізу, критичного мислення стосовно медіатекстів будь-яких видів і жанрів).

Функціями медіаосвіти визначено: інформаційно-комунікаційну, просвітницьку, пізнавальну, корекційну, соціальну, психологічну, культурологічну, естетичну, етичну, практично-орієнтовану тощо.

Важливою подією в історії розвитку та становлення медіаосвіти в Україні стало те, що в 2010 р. був *розпочатий експеримент із впровадження медіаосвіти в Україні*, на основі якого медіаосвітою визначено частину освітнього процесу, що спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної й ефектної 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.

Отже, можна стверджувати, що **медіаграмотність – це рівень медіакультури**, який стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують. Метою медіаосвіти є **формування медіакультури особистості** в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, сімей, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо). Її *головними завданнями* є сприяння формуванню медіаімунітету особистості, забезпеченню психологічного благополуччя при споживанні медіапродукції, тобто медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, захисту від потенційно шкідливої інформації, рефлексії та критичного мислення як психологічних механізмів медіаграмотності, поліпшення якості міжособової комунікації та приязності соціального середовища, мережі стосунків та якості життя в значущих для особистості спільнотах тощо.

На думку фахівців Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, *пріоритетними напрямками розвитку в Україні ефективної системи медіаосвіти* є: створення системи шкільної ме-

діаосвіти, розроблення психологічно обґрунтованих навчальних програм, починаючи з молодших класів, інтеграція медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів, **напрацювання низки факультативних медіаосвітніх програм для підлітків**, упровадження курсу медіакультури з урахуванням профільного навчання, активізація гурткової роботи, фото-, відео-, анімаційних студій, інших позакласних форм учнівської творчості медіаосвітнього спрямування, а також організація різних форм позашкільної освіти для сприяння розвитку медіакультури тощо.

Медіаосвіта має різні форми вираження, але однією з форм медіаосвітньої роботи них є **клуб**, тобто позашкільна клубна робота з дітьми. Спробуємо більш детально зупинитися на історії клубної роботи. Концептуально ідеї діяльності дитячих та підліткових клубів подані в працях С. Т. Шацького [13] та А. С. Макаренка [9], особливості діяльності клубів в сучасних умовах відображені в роботах Ю. В. Василькової, М. Р. Мирошкіної, М. І. Рожкової. Досліджено роль клубу у вирішенні завдань кіноосвіти школярів (А. А. Марченков, В. Б. Цветаєва) та їх естетичного виховання (В. А. Розумний), висвітлено педагогічний потенціал дитячої преси на базі ліги юних журналістів (І. Б. Дожієва) [3].

Розробка та спроба реалізації ідеї зв'язку загальноосвітньої школи і соціального середовища дитини, а також її теоретичне обґрунтування та відносно адекватне практичне втілення цієї ідеї належить С. Т. Швацькому [13]. Саме з цього розпочався відповідний розвиток у 20-х роках соціальної педагогіки, яка зародилася у XIX ст. в Росії. С. Т. Шацький виходив з тих організаційно-педагогічних принципів, що звичайні навчальні заклади керуються **основними вимогами, які ставить перед дітьми суспільство й держава, але які не враховують дитячої природи та потреб цього віку. А робота клубу, навпаки, мала ґрунтуватися на ідеї гри дитячих інстинктів**. Діючи в межах клубу, підліток набуває соціальних навичок, які не зможе засвоїти та реалізувати і інших інститутах виховання та освіти. Експериментальна діяльність дослідника ґрунтувалася на виявленні дитячих запитів та потреб для успішного їх задоволення. Канву матеріальну, дисциплінуючу та досвідну становить фізична праця задля обслуговування дітей, що є для них посилююю; організує життя та робить його легшим – ділове самоуправління; прикрашає життя та задовольняє естетичне відчуття – мистецтво; повторює пройдені етапи людства та пристосовує до життя – гра, що надає життю позитивного тону; спрямовує загальне життя та задовольняє дух дослідження – робота розуму; і тільки поєднання всіх цих елементів посилює соціальні навички [13].

А. С. Макаренко ввів поняття **виховного колективу** [9]. Сутність цього поняття полягає в необхідності створення єдиного колективу педагогів та вихованців, життєдіяльність якого є поживним сере-

довищем для розвитку особистості та індивідуальності, тобто виховання дітей в колективі (форма клубу). Дослідник також вважав, що *особистий приклад батьків у сім'ї, їх поведінка, вчинки, ставлення до праці, подій та речей, і стосунки між собою впливають на дитину, створюють її особистість* [13].

Особливості діяльності клубів у сучасних умовах відображені в роботах Ю. В. Василькової. Вона виділила основні методи роботи клубу (*метод “очищення кори” для виявлення дитини, такою якою вона є насправді; метод виявлення інтересів дитини через фізичну, посилену для неї діяльність*). Але, головне, щоб така форма клубу виникла самостійно, із самого життя, на енергії зацікавленості самих дітей, завдяки могутньому соціальному інстинкту, базуючись на дитячих *інстинктах дослідження та наслідування* (що з часом зникають у дітей).

Однією з перших і найбільш масових клубних медіаосвітніх організацій став рух кіноклубів. Термін **“кіноклуб”** з'явився в 1920 р. Його ввів відомий діяч французького кінематографу того часу Л. Деллюк (L. Delluc), під керівництвом якого почав видаватися журнал “Cine-Club”. Місією цього видання був корисний зв'язок між публікою і кінематографом, що заохочує пізнавальний інтерес молоді та сприяє розвитку кінематографу.

Паралельно зі створенням перших кіноклубів виникли **регіональні відділення кіноосвіти** (Offi ces regionaux du cinema educateur), що втілювали в життя ідею використання мистецтва кіно як засобу навчання та виховання не тільки дітей та молоді, але й дорослих, та знаходилися в різних учбових закладах, в організаціях та на підприємствах [4; 5; 6; 12].

У Радянському Союзі з 1920 р. почали з'являтися кіноклуби, кінофотостудії та гуртки юних кореспондентів, а також інтенсивно працювало Товариство друзів радянського кіно. В цих спільнотах дивилися, знімали та обговорювали фільми, читали лекції, проводили виставки тощо. Їх завданнями були вивчення масового глядача та політико-виховна робота за допомогою кіно, розвиток кінолюбства, використання кіно в школах, та сприяння перетворення кінотеатрів у справжні осередки культури. В 1925 р. була надрукована одна з перших книг з проблем кіноосвіти – “Кінематограф і діти” П. І. Люблінського [8]. В книзі йшлося про вплив кіно на шкільну аудиторію та про можливі педагогічні знахідки використання екранного мистецтва в тих умовах. А вже в 1929 р. був виданий досить змістовний збірник статей “Кіно – діти – школа”, який містив методичні матеріали з кіноосвіт школярів. Кінопедагоги того часу також активно використовували такі освітні форми, як організація випуску стенгазети з рецензіями, малюнками та нотатками про кіно, шкільні кіногуртки та ін. [6].

Важливо, що паралельно розвивалася *медіаосвіта школярів та молоді на матеріалі преси*. Влада того часу ставила за мету тим самим

поширити комуністичну ідеологію, а також ліквідувати неграмотність населення. Саме це сприяло підвищенню ролі медіа в радянському суспільстві.

Та вже наприкінці 80-х років ХХ ст. інтенсивний розвиток відео почав змінювати *клубні та студійні рухи в аудіовізуальній сфері*, для зйомки та показу фільмів дедалі більше використовували відеомагнітофони та відеокамери. З'явилися шкільні телецентри й телестудії, але традиційна медіаосвіта школярів і молоді на матеріалі преси залишалася. Дитячо-юнацьке агентство ЮНІРЕС (С. Н. Щеглова та ін.) розгорнуло тоді активну діяльність з організації міжнародних фестивалів дитячої преси та конференцій, а також публікації навчально-методичної літератури. Починаючи з 90-х років у поле діяльності цієї організації гармонійно ввійшов й інтернет.

Уже в сучасній Україні *клубну роботу використовують в рамках Всеукраїнського експерименту впровадження медіаосвіти* в загальноосвітніх закладах (О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубева, Л. А. Найдьонова) [2; 3]. Було проведено психологічний аналіз способів використання дитячої та молодіжної творчості як ресурсу розвитку медіакультури дитини та визначено, що такі медіаклуби створюють умови для спілкування на теми, які справді сьогодні хвилюють дітей і молодь, здійснюючи своєрідний моніторинг. Досліджено, що можливість участі у фестивалях і конкурсах з власним продуктом медіатворчості є потужним засобом мотивації розвитку медіакомпетентності.

Нашими дослідниками були зроблені висновки, що навіть у запропонованому експертному аналізі медіапродукту є психотерапевтичний компонент, що визначався раніше як окремий напрям кінотерапії для особистісного зростання. Саме тому така форма роботи, як *медіаклуб*, у рамках курсу для старшокласників “Медіа культура” є адекватною і навіть пріоритетною. Підлітки дістають можливість не тільки підвищувати власну медіакультуру, а ще й підвищення культури спілкування, розширення рольового репертуару, в результаті відбувається оптимізація соціально-психологічного клімату в класі, що буде сприяти розвитку кожного члена колективу.

Модель “партнерства” вважається адекватною для впровадження в сучасну освіту в рамках роботи медіаклубів. У межах цієї моделі створюються умови для паритетної розвивальної комунікації учителя з учнями. Задля розвитку рефлексії та критичності сприймання для дитини чи підлітка важливо усвідомлювати власну точку зору та її значущість поряд з точкою зору експертів, можливість обстоювати свою позицію.

Перспективи розвитку медіакультури ми бачимо в конструктивному діалозі з приводу медіапродукту. На наш погляд, важливим є не сам продукт, а суб'єктивний світ людей, що взаємодіють за допомогою цього продукту.

Метою такої форми медіаосвітньої роботи клубу є підвищення комунікативної компетентності і культури спілкування підлітка. Оскільки діти підліткового віку зацікавлені в груповій належності і перебувають у пошуках своєї ролі через належність колективу та визначення своїх особистісних уподобань, то саме рівень культури спілкування та її якість стають важливим компонентом медіаосвіти. Сім'я як основне стабільне соціальне середовище зростаючої дитини стає головним і важливим підґрунтям для формування і підтримки належного адекватного рівня комунікативної компетентності підлітка, оскільки створює значущу медіаосвітню базу.

Підвищення комунікативної компетентності та медіакомпетентності дитини-підлітка як члена своєї сім'ї, тобто члена своєї системи, може допомогти у формуванні певного способу життя сім'ї загалом та у становленні взаєностосунків, взаємопорозуміння батьків і дітей, у створенні такої сімейної атмосфери та простору, які дадуть дитині відчуття захищеності та водночас будуть стимулювати її гармонійний розвиток.

Таким чином, аналіз здобутків медіаосвітнього руху дав нам змогу сформулювати методологічні засади проведення *медіаосвітнього клубу як засобу соціально-психологічної роботи з батьками і дітьми.*

Теоретико-методологічними засадами медіаклубу є: теорія соціального навчіння (А. Бандура, Дж. Роттер); методичні матеріали ЮНІСЕФ для вчителів і методистів, що працюють з дітьми та підлітками 11–16 років; системний підхід до аналізу сім'ї (Л. Берталанфі, О. Бодальов, В. Столін, С. Ковальов, В. Сатір, М. Боуен, О. Черніков, А. Варга); концепція діяльності дитячих та підліткових клубів (С. Т. Шацький, А. С. Макаренко, Ю. В. Василькова, М. Р. Мирошкіна, М. І. Рожкова); соціально-психологічні особливості спільної діяльності (А. В. Петровський, Л. І. Уманський, А. Л. Журавльов); роль клубу у вирішенні завдань кіноосвіти школярів (А. А. Марченков, В. Б. Цветаєва) та їх естетичного виховання (В. А. Розумний), висвітлений педагогічний потенціал дитячої преси на базі ліги юних журналістів (І. Б. Дожієва) та освітній центр (А. Ю. Дейкіна).

Соціально-психологічні принципи роботи медіаосвітнього клубу:

- *Принцип добровільності* – членство в клубі (в ідеалі) сімейне, а його підставою є власне бажання, інтерес до саморозвитку, медіакультури, соціальна активність та небайдужість.

- *Орієнтація на інтереси підлітків* – реалізується через урахування дитячої природи і потреб цього віку, а також соціального інстинкту, виявлення справжніх інтересів, запитів, потреб підлітків *через медіадіяльність у поєднанні з фізичною та руховою діяльністю* (зادля врахування потреби дитини у відчутті свого тіла).

- *Принцип системного підходу* – враховувати, що особистий приклад батьків у сім'ї, їх поведінка, вчинки, ставлення до праці, людей, подій і речей та стосунки між собою – все це має вплив на дитину і створює її особистість, реалізується через заохочування спільної роботи батьків та їхніх дітей у клубі.

- *Принцип рефлексивного підходу* – розвиток навичок рефлексії, внутрішнього діалогу дитини, в якому вона роздивляється, оцінює, приймає або відкидає ті чи інші цінності, які властиві різним соціальним інститутам, сім'ї, групі однолітків, авторитетним особам тощо.

- *Принцип моделювання соціальних стосунків* (ігротерапія, драматерапія). Таким чином, можливе моделювання соціальних стосунків в особливих ігрових умовах.

- *Принцип індивідуального підходу* – члени клубу у виборі способу реалізації своїх задумів і творчих ідей виявляють свої медіауподобання залежно від власних потреб, інтересів.

- *Принцип позитивного мислення* – виявляється через акцентування уваги на потенціалах дитини, підтримці та стимуляції пошукової активності.

- *Недирективність* як принцип, тобто самосприяння актуалізації особистості, здатності підтримувати саму себе, розвиток незалежності, самостійності.

- *Принцип створення медіапростору для спільної діяльності дітей та батьків* – через створення спільних медіапродуктів (електронне родинне дерево, сімейний фотоальбом, презентації, сімейний веб-сайт, сімейні фільми на згадку тощо).

Таким чином, необхідність цілеспрямованого формування сімейної медіакультури засобами медіаосвітнього клубу в межах позашкільного гурткового підходу до медіаосвіти для отримання інтелектуальної свободи як складової соціальної свободи кожної особистості постає важливим завданням сучасного інформаційного суспільства, що зумовлює актуальність досліджуваної теми.

Висновки. Отже, в статті проаналізовано медіаклуби як форму медіаосвітньої роботи та обґрунтовано методичні принципи медіаклубу в соціально-психологічній моделі впровадження медіаосвіти. Зроблено висновки, що медіаосвіта – в ціннісній системі координат є інститутом громадянського виховання, що безпосередньо навчає взаємодіяти людину з медіа, а отже, повноцінно сприймати й аналізувати медіатексти в різних формах їх прояву. Разом з тим медіаклуб є однією з форм цілеспрямованого формування медіакультури в межах позашкільного гурткового підходу до медіаосвіти. В умовах сучасного стрімкого розвитку медіазасобів саме це стає дієвим способом підвищення якості медіакультури кожної дитини, формування адекватної комунікативної культури сім'ї та посилення культури спілкування батьків і їхніх дітей для гармонізації взаємостосунків в сім'ях, що в ре-

зультаті створює позитивну сімейну атмосферу, яка стимулює до гармонійного зростання дитини у відчутті захищеності та розуміння.

Л і т е р а т у р а

1. Основы воздействия СМИ.: пер. с англ. / Брайант, Дженнингз, Томпсон, Сузан. – М. : Издательский дом “Вильямс”, 2004. – 432 с.
2. Вознесенська О. Л. Психологічний аналіз сучасного мистецтва як форма медіаосвіти / О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубева // Вища освіта України – Додаток II (т. 14) – 2009 р. – Тематичний випуск “Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору”. – С. 388–397.
3. Вознесенська О. Л. Аналіз продуктів медіатворчості дітей та молоді: ресурс розвитку медіакультури / О. Л. Вознесенська, Л. А. Найдьонова, О. Є. Голубева // Збірник “Психологічні науки: проблеми і здобутки”. – Додаток 1 до № 2, том V (30). – 2011. – Тематичний випуск “Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору”. – К. : Гнозис, 2011. – 654 с.– С. 398–408.
4. Гельмонт А. М. Кино как фактор воспитания / А. М. Гельмонт // Вестник просвещения. – 1927. – № 5. – С. 9–21.
5. Ильичев С. И. Кинолюбительство: истоки и перспективы / С. И. Ильичев, Б. Н. Нашекин. – М. : Искусство, 1986. – 110 с.
6. Кино – дети – школа / под ред. А. М. Гельмонта. – М. : Работник просвещения, 1929. – 240 с.
7. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Академический Проект, 2006. – 448 с. – (“Технологии”).
8. Люблинский П. И. Кинематограф и дети / П. И. Люблинский. – М. : Право и жизнь, 1925. – 122 с.
9. Макаренко А. С. Методика виховної роботи / А. С. Макаренко. – К. : Рад. школа, 1990. – 366 с.
10. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська. – К. : АУП, ЦВП, 2011. – 58 с.
11. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред. В. В. Різуна. – К. : Центр вільної преси, 2012. – С. 18.
12. Мурюкина Е. В. Диалоги о киноискусстве: практика студенческого медиа-клуба : монография / Е. В. Мурюкина ; под. ред. А. В. Федорова. – Таганрог : Изд. центр ГОУВПО “Таганрогский государственный педагогический институт”, 2009. – 208 с.
13. Шацкий С. Т. Педагогические сочинения : в 4 т. / под ред. И. А. Каирова. – М. : Изд-во АПН РСФСР, 1963.
14. Медіакомунікації та соціальні проблеми: збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей : в 3 ч. / Шендеровський К. С. та ін. – Ч. 1 / упор., ред. К. С. Шендеровського. – К. : Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка ; Ін-т журналістики, 2012. – 288 с.

Ляшенко Е. О. Медиаобразовательный клуб как средство социально-психологической работы с родителями и детьми

Статья посвящена проблеме формирования медиакультуры ребенка в условиях современного информационного мира. Проведен анализ исторического опыта становления медиаклуба как формы образования. Модель паритетного общения в медиаклубе создает условия для общения на темы, волнующие сегодня детей и молодежь, способствует формированию адекватной коммуникативной культуры семьи и усилению культуры общения родителей и их детей для гармонизации взаимоотношений в семьях. Определены основные социально-психологические принципы работы семейного медиаобразовательного клуба: добровольности, недирективности, ориентации на интересы подростков, совмещения с физической и двигательной деятельностью, системного подхода, рефлексивного подхода, индивидуального подхода, моделирования социальных отношений, позитивного мышления, создания медиапространства для общей деятельности детей и родителей.

Ключевые слова: медиаобразовательный клуб, медиаклуб, клубная работа, коммуникативная культура, семейная медиакультура, медиаобразование.

Lyashenko K. O. Media Educational club as the Means of the Parents and Children Oriented Social and Psychological Activity

The present paper addresses the problem of the child's media culture formation in terms of the contemporary information society. The analysis of the history of media clubs as a form of education has been performed. It is the parity communication pattern which makes communication topics interesting to youth and children, and favours both adequate communicative culture of a family as well as strengthens communication between parents and children in order to harmonize family relationships. The main social and psychological principles of the family media educational club are: voluntariness, non-directive behavior, teens interests orientation, physical and motor activity combination, systemic approach, reflexive approach, individual approach, social relations modeling, positive thinking and establishment of media space for the children and parents common activity.

Key words: media educational club, media club, club activity, communicative culture, family media culture, media education.

© Ляшенко К. О.

Т. М. Тригуб

**ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОЇ СФЕРИ ШКОЛЯРІВ
ПІД ВПЛИВОМ РІЗНИХ МЕДІАЗАСОБІВ ТА РІЗНОГО
МЕДІАКОНТЕНТУ**

Показано взаємоз'язки між використанням медіазасобів, споживанням медіаконтенту та формуванням ціннісної сфери дитини. Виявлено, що кожна цінність формується під впливом медіаконтенту. З'ясовано, що цінність саморозвитку залежить від дії майже всіх медіаконтентів, вибір медіазасобів зумовлений ціннісними орієнтаціями, а реалізація цінностей відбувається за допомогою медіазасобів.

Ключові слова: цінності, медіаконтент, медіазасоби.