

## ГРУПОВА ДИСКУСІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНСТРУЮВАННЯ У СТУДЕНТІВ УЯВЛЕНЬ ПРО МЕДІАОСВІТУ

*А. О. Лісневська, м. Чернігів*

Розглянуто можливості впливу різних форм групової дискусії на конструювання у свідомості студентів образу медіаосвіти. Показано, що організована групова дискусія зумовлює посилення структурованості образу, а стихійна групова дискусія – його розмивання. Виявлено, що одноразове проведення групової дискусії приводить до нестійких змін в образі медіаосвіти.

*Ключові слова:* медіаосвіта, групова дискусія, уявлення, образ, інновація.

*Проблема.* Інформаційне суспільство, яке характеризується інтенсивним виробництвом знань та обміном інформацією, створює небачені можливості для комунікації і творчості. Проте поринання у світ комп'ютерних технологій та мас-медіа може викликати як позитивні, так і негативні ефекти, здатні спричиняти значні зміни в людській свідомості та поведінці. Особливу увагу дослідників привертають саме негативні впливи мас-медіа на дітей і молодь, що спонукає фахівців пропонувати різні варіанти розв'язання проблеми запобігання цим впливам та їх подолання [1–3].

Одним із дієвих засобів консолідації зусиль фахівців і забезпечення комплексної роботи з дітьми та молоддю є упровадження в освітній процес програми медіаосвіти. Якщо в зарубіжних країнах давно зрозуміли необхідність медіаосвіти і мають вагомий набутки в її теоретичному осмисленні, методологічному обґрунтуванні та практичному застосуванні, то Україна робить тут лише перші кроки [1; 4]. Значним досягненням вітчизняних учених стала наразі Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, розроблена співробітниками лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Відповідно до Концепції, медіаосвіта – це 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 [5]. За основне завдання медіаосвіти визначено систематичне та компетентне виховання підростаючого покоління, яке повинно навчитися не лише адекватно користуватися різноманітними медійними засобами, а й розумітися на закономірностях їх функціонування,

знатися на особливостях технологій впливу ЗМК, а головне – критично мислити, розвивати особистісне, оцінкове ставлення до продукції мас-медіа в цілому [1].

Оскільки однією з важливих передумов успішного впровадження медіаосвіти в Україні є готовність громадян до схвалення цієї освітньої інновації, особливої актуальності набуває проблема конструювання в їхній свідомості адекватного образу медіаосвіти. Одним із методів поширення знань, формування уявлень і соціальних норм є групова дискусія. Важливою характеристикою групової дискусії, яка відрізняє її від інших видів обговорення, є аргументованість. Саме завдяки здатності групової дискусії стимулювати до роздумів, обміну думками, відстоювання власної позиції цей метод було обрано як інструмент формування уявлень про медіаосвіту.

*Мета дослідження:* з'ясувати особливості впливу різних форм групової дискусії (організованої і стихійної) на конструювання у студентів образу медіаосвіти.

Методичним інструментарієм нашого дослідження стали анкети, розроблені в лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Кожна анкета, крім переліку закритих запитань, спрямованих на визначення індивідуально-психологічних характеристик респондентів, містила відкрите запитання “Як Ви вважаєте, що таке медіаосвіта?” і біполярний семантичний диференціал, за допомогою якого вони повинні були оцінити стан медіаосвіти в Україні. В усіх анкетах, які використовувалися на різних етапах дослідження, форма побудови семантичного диференціалу була незмінною, що дало можливість визначити зміст і динаміку уявлень респондентів про медіаосвіту. Семантичний диференціал складався із 28 пар описових ознак, між якими розміщувалася симетрична п'ятибальна шкала оцінок (-2, -1, 0, 1, 2).

У дослідженні взяли участь 95 студентів 2 і 4-го курсів Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Відповідно до поставленої мети було утворено три групи досліджуваних: *перша експериментальна група* (далі – перша ЕГ) – 35 осіб, *друга експериментальна група* (далі – друга ЕГ) – 25 осіб, *контрольна група* (далі – КГ) – 35 осіб. За основний метод впливу на уявлення про медіаосвіту студентів перших двох груп було обрано групову дискусію.

Процедура дослідження в обох експериментальних групах складалася з трьох етапів. На першому етапі (за тиждень до групової дискусії) досліджувані заповнювали першу анкету, в якій, зокрема, слід було визначити й оцінити стан медіаосвіти в Україні. На другому етапі в кожній експериментальній групі було проведено групову дискусію: у першій ЕГ –

організовану, у другій ЕГ – стихійну. Студенти першої ЕГ протягом тижня, що передував груповій дискусії, ознайомилися зі змістом Концепції впровадження медіаосвіти в Україні та з науковим доробком учених з цієї проблематики. Обговорення винесених на групову дискусію питань відбувалося навколо наукового визначення медіаосвіти, запропонованого фахівцями. Студенти другої ЕГ не готувалися до групової дискусії. Перед початком обговорення було зафіксовано всі визначення медіаосвіти, які пропонували учасники дискусії; потім на їх основі було сформульовано узагальнювальне визначення, навколо якого надалі й концентрувалося обговорення винесених на групову дискусію питань. Наприкінці проведення групових дискусій учасники обох експериментальних груп заповнювали другу анкету, яка також передбачала визначення й оцінювання медіаосвіти. На третьому етапі (через тиждень після групової дискусії) досліджувані заповнювали третю анкету, одним із завдань якої було знову ж таки визначення й оцінювання медіаосвіти. Процедура дослідження в КГ полягала в заповненні першої і третьої анкет із двотижневим інтервалом.

Відповіді респондентів на запитання анкети “Як Ви вважаєте, що таке медіаосвіта?” було опрацьовано методом контент-аналізу, що дало можливість визначити зміст уявлень студентів усіх трьох груп про медіаосвіту та характер зміни цих уявлень протягом дослідження. Дані, отримані за допомогою семантичного диференціалу, були піддані процедурі факторного аналізу методом головних компонент з подальшим Varimax-обертанням. Після цього було здійснено порівняння структур факторів як між групами досліджуваних, так і всередині кожної групи, що дало змогу визначити образ медіаосвіти, ступінь його структурованості, вплив різних за формою організації групових дискусій на зміст цього образу.

Контент-аналіз відповідей респондентів на запитання “Як Ви вважаєте, що таке медіаосвіта?” (табл.) показав, що студенти ототожнюють медіаосвіту насамперед з новітніми технологіями. При цьому одна частина респондентів розглядає медіаосвіту як засіб організації та підвищення якості освіти за допомогою ЗМК, аудіо-, відео-, мультимедійних пристроїв (медіаосвіта як медіадидактика), друга частина – як можливість набуття знань, навичок, умінь у сфері новітніх інформаційно-комунікативних технологій (медіаосвіта як медіаграмотність), третя частина – як вивчення закономірностей функціонування ЗМК та наслідків їхнього впливу на людську психіку (медіаосвіта як медіакомпетентність). Слід зазначити, що деякі респонденти так і не змогли визначитися з тим, що таке медіаосвіта, або давали розмиті, незмістовні відповіді (наприклад, “медіаосвіта – це освіта, яка буде дуже важлива в житті”, “медіаосвіта – це широке значення освіти в цілому”).

**Розподіл відповідей респондентів на запитання анкети  
“Як Ви вважаєте, що таке медіаосвіта?”  
за результатами контент-аналізу (у %)**

Категорії відповідей	Перший етап	Другий етап	Третій етап
<b>Перша ЕГ</b>			
1) медіаосвіта як медіадидактика	71,4	11,4	31,4
2) медіаосвіта як медіаграмотність	2,9	5,7	5,7
3) медіаосвіта як медіакомпетентність	–	65,7	51,4
4) відсутність відповідей; розмиті, незмістовні відповіді	25,7	17,2	11,5
<b>Друга ЕГ</b>			
1) медіаосвіта як медіадидактика	60,0	44,0	80,0
2) медіаосвіта як медіаграмотність	8,00	24,0	8,0
3) медіаосвіта як медіакомпетентність	8,00	24,0	4,0
4) відсутність відповідей; розмиті, незмістовні відповіді	24,0	8,0	8,0
<b>КГ</b>			
1) медіаосвіта як медіадидактика	71,4	–	60,0
2) медіаосвіта як медіаграмотність	8,6	–	8,6
3) медіаосвіта як медіакомпетентність	2,8	–	2,8
4) відсутність відповідей; розмиті, незмістовні відповіді	17,2	–	28,6

Аналіз відповідей респондентів на першому етапі дослідження свідчить про те, що студентам усіх трьох груп властиві передусім уявлення про медіаосвіту як про медіадидактику: для більшості з них медіаосвіта є навчанням за допомогою різних технічних пристроїв або дистанційним навчанням завдяки розвиткові комп'ютерних технологій (наприклад, “це освіта, яка здійснюється за допомогою різних технічних засобів”, “це освіта не в навчальному закладі, а в режимі он-лайн”). Близько чверті респондентів з усіх трьох груп не змогли дати чітку відповідь, що таке медіаосвіта. Незначна частина респондентів визначили медіаосвіту як медіаграмотність: для них медіаосвіта – це процес освоєння новітніх комп'ютерних технологій, підвищення технічної обізнаності (наприклад, “це вивчення якихось технічних новинок”, “це освіта, що стосується нововведень у сфері медіа”). Поодинокі відповіді відображали розуміння медіаосвіти як медіакомпетентності (наприклад, “це освіта, яка вивчає ЗМК”, “це аналіз медіаінформації”). Проведення групових дискусій у першій і другій ЕГ привело до суттєвих змін в уявленнях студентів про медіаосвіту, причому в першій ЕГ ці зміни є більш помітними, ніж у другій ЕГ: збільшилася кількість респондентів, які визначають медіаосвіту як

спеціальний вид навчання, спрямований на формування медіакультури особистості (наприклад, “це частина освітнього процесу, спрямована на формування медіакультури, а також здатності фільтрувати нескінченний потік інформації”, “це галузь освіти, що має на меті навчити людину критично сприймати інформацію із ЗМК, правильно її розуміти та інтерпретувати”); зменшилася кількість респондентів, яким було важко визначитися щодо того, що таке медіаосвіта. Проте, як засвідчив третій етап дослідження, ці зміни не можна вважати довгочасними, оскільки частина респондентів згодом повернулася до тих уявлень, які на початок проведення групових дискусій були домінуючими, причому цей процес відбувався значно активніше в другій, ніж у першій ЕГ. Збільшення в КГ кількості респондентів, яким було важко визначитися щодо того, що таке медіаосвіта, можна пояснити тим, що деякі респонденти, виконуючи під час повторного анкетування ті ж самі завдання, залишали відкрите запитання без відповіді. У цілому ж можна стверджувати, що протягом періоду дослідження уявлення студентів з КГ про медіаосвіту залишилися незмінними.

Отже, групова дискусія здатна впливати на зміст уявлень респондентів про медіаосвіту, але глибина і тривалість змін у цих уявленнях є різною залежно від форми проведення групової дискусії: організована дискусія, яка передбачає наявність наукового визначення об’єкта обговорення, здатна привести до більш глибоких і довгочасних зрушень порівняно із стихійною дискусією, яка порушує первісну систему уявлень респондента через зіткнення декількох буденних визначень об’єкта обговорення.

Виявлений характер змін в уявленнях студентів про медіаосвіту внаслідок проведення різних форм групової дискусії було підкріплено вивченням категоріальної структури свідомості студентів. На підставі факторизації даних, отриманих у різних групах на різних етапах дослідження, було виділено по шість значущих факторів, які охоплюють від 57% до 74% загальної дисперсії.

Аналіз змісту факторів, виділених у різних групах досліджуваних (перша і друга ЕГ, КГ), свідчить про те, що образ медіаосвіти є аморфним, неусталеним, розмитим у свідомості студентів: окремі описові ознаки, за якими оцінювалася медіаосвіта, одночасно входили до складу декількох факторів, що не дає можливості чітко визначити ті провідні підстави категоризації, які задіяні у відображенні сутності медіаосвіти. Саме з цієї причини не було інтерпретовано зміст виділених факторів. На наш погляд, результати факторизації даних можуть свідчити про необізнаність студентів щодо сутності медіаосвіти, унаслідок чого вони конструюють уявлення про медіаосвіту на основі вже сформованих знань та уявлень зі схожих змістових царин (при цьому хтось акцентує увагу на понятті “освіта”, а

хтось – на “мас-медіа”). Звідси й виникають різноманітні буденні тлумачення медіаосвіти, які від самого початку ґрунтуються на різних підставах категоризації. Суперечність результатів факторизації даних можна пояснити також недосконалістю самого методичного інструментарію: незрозумілість або незначущість для студентів описових ознак семантичного диференціала могли завадити виявленню властивих для них підстав категоризації медіаосвіти. Нарешті, невелику кількість досліджуваних у кожній групі (35, 25 і 35 осіб) також можна вважати однією із причин, що утруднювала виявлення групового образу медіаосвіти.

Динаміка змін формальних характеристик факторних структур, отриманих у трьох групах студентів (перша і друга ЕГ, КГ) на різних етапах дослідження, дає можливість розкрити чутливість образу медіаосвіти до зовнішніх впливів, а також тривалість спричинених зовнішніми впливами змін. Так, було виявлено, що в КГ факторна структура образу медіаосвіти (маємо на увазі кількість виділених факторів, внесок кожного з них у загальну дисперсію) залишилася практично незмінною. Це означає, що протягом періоду дослідження (два тижні) образ медіаосвіти у студентів КГ не зазнав істотних перетворень. Належність окремих описових ознак до різних факторів, як зазначалося вище, свідчить, наймовірніше, про не-сформованість чіткого й узгодженого образу медіаосвіти у свідомості студентів КГ.

Факторні структури образу медіаосвіти в першій і другій ЕГ залишилися незмінними щодо кількості факторів (в обох групах на різних етапах дослідження було виділено по шість значущих факторів). Зафіксовані зміни торкнулися передусім внеску виділених факторів у загальну дисперсію та наповнення їх описовими ознаками. Для того щоб розкрити характер впливу кожної форми групової дискусії на образ медіаосвіти, розглянемо зміни, які відбулися в кожній ЕГ, окремо.

У першій ЕГ зміни факторної структури образу медіаосвіти виявилися в тому, що зразу ж після проведення групової дискусії (другий етап дослідження) значно збільшився внесок першого фактору в загальну дисперсію (майже у два рази – з 11,58% до 22,26% загальної дисперсії), а також зросло наповнення перших трьох факторів описовими ознаками. Через тиждень після проведення групової дискусії (третій етап дослідження) внесок першого фактору в загальну дисперсію практично повернувся до попередньої величини (з 22,26% до 15,90% загальної дисперсії), незважаючи на те, що наповнення описовими ознаками перших трьох факторів залишилося таким же багатим, як і на попередньому етапі дослідження.

У другій ЕГ динаміка змін факторної структури виявилася схожою, але відбувалася у зворотному напрямку. Після проведення групової дискусії (другий етап дослідження) значно зменшився внесок у сумарну дис-

персію першого фактору (з 24,38% до 14,00% сумарної дисперсії), а також наповнення його описовими ознаками. Через тиждень після проведення групової дискусії (третій етап дослідження) внесок у сумарну дисперсію першого фактору його наповнення описовими ознаками майже повернувся до попередньої величини (14,00% до 20,56%). Слід також зазначити, що певні зміни торкнулися і другого фактору: під кінець дослідження він став семантично багатшим, а тому й змістовнішим, ніж на початку дослідження.

Отже, форма групової дискусії здатна не тільки впливати на сам образ медіаосвіти, а й визначати характер змін цього образу: структурована групова дискусія веде до інтеграції образу, тоді як стихійна групова дискусія – до його розмивання.

*Висновки.* Отже, результати емпіричного дослідження показали, що уявлення студентської молоді про медіаосвіту певною мірою суперечливі. На нашу думку, це свідчить про її необізнаність щодо сутності цієї інновації. Крім того, стихійно сформований образ медіаосвіти є аморфним, неусталеним, розмитим і легко піддається зовнішнім впливам. Навіть одноразовий ситуативний вплив (групова дискусія) приводив до помітних змін у факторній структурі образу медіаосвіти. Звідси випливає, що, по-перше, необхідно планомерно й цілеспрямовано формувати комплекс уявлень про медіаосвіту і, по-друге, цей процес вимагає тривалих і систематичних зусиль.

Показано, що групова дискусія як один з методів конструювання образу медіаосвіти може приводити до протилежних результатів залежно від обраної форми проведення: організована дискусія, яка передбачає попереднє ознайомлення з матеріалами, що стосуються обговорюваного феномена, і залучення експертів, зумовлює зміни в бік більш структурованого образу; стихійна групова дискусія, котра спирається тільки на буденні тлумачення обговорюваного феномена та вміння респондентів обстоювати власну позицію, спричиняє зміни в бік розмивання образу. Тобто вибір форми проведення групової дискусії може давати різні ефекти або через порівняння власних поглядів з деякою директивною (визнаною фахівцями) думкою, або через виникнення розгубленості внаслідок зіткнення власних поглядів з вагомими та переконливими думками інших людей. Проте і в першому, і в другому випадку зміни в образі медіаосвіти є нестійкими. Через якийсь час відбувається зазвичай повернення до попередніх уявлень щодо образу медіаосвіти, що підтверджує необхідність проведення систематичної роботи по його формуванню у свідомості людей.

Перспективою подальших емпіричних досліджень може стати вивчення змін в образі медіаосвіти в результаті проведення серії занять, присвячених цій темі, з використанням різноманітних інтерактивних методів навчання.

### *Література*

1. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посіб. / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдюнова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдюнової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2004. – 440 с.
2. *Петрунько О. В.* Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі : [монографія] / О. В. Петрунько. – Полтава : Укрпромторгсервіс, 2010. – 480 с.
3. *Російчук Т.* Антиутопія інформаційного суспільства / Т. Російчук // Соціальна психологія. – 2008. – № 1(27). – С. 85–95.
4. *Баришполець О.* Медіасвіта: зарубіжний досвід / О. Баришполець // Соціальна психологія. – 2008. – №3(29). – С. 162–170.
5. Концепція впровадження медіасвіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ispp.org.ua/news\\_44.htm](http://www.ispp.org.ua/news_44.htm)

#### **Лисневская А. А. Групповая дискуссия как инструмент конструирования у студентов представлений о медиаобразовании**

Рассмотрены возможности влияния разных форм групповой дискуссии на конструирование в сознании студентов образа медиаобразования. Показано, что организованная групповая дискуссия предопределяет усиление структурированности образа, а стихийная групповая дискуссия – его размывание. Обнаружено, что одноразовое проведение групповой дискуссии приводит к неустойчивым изменениям в образе медиаобразования.

*Ключевые слова:* медиаобразование, групповая дискуссия, представление, образ, инновация.

#### **Lisnevs'ka A. O. Group discussion as a tool of constructing of students' images of mediaeducation**

Possibilities of influence of different group discussion's forms on constructing the image of mediaeducation in consciousness of students are considered. It is showed that the organized group discussion determines intensification of structuring image, and spontaneous group discussion – its dilution. It is appeared that single-using group discussion leads to unsteady changes in image of mediaeducation.

*Key words:* mediaeducation, group discussion, idea, image, innovation.