

МЕДІА ОСВІЧЕНІСТЬ РІЗНИХ КАТЕГОРІЙ НАСЕЛЕННЯ США ТА КАНАДИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

В статті автор аналізує медіаосвітні програми, які здатні забезпечити усіх членів суспільства можливістю набуття та розвивати цифрову і медіаосвітню компетентності, без яких життя громадянина і фахівця неможливе в сьогоденних умовах. Метою роботи був аналіз медіаосвітніх можливостей, що їх має середньостатистичний громадянин США та Канади з залученням неформальної та інформальної освіти, характеристика шляхів набуття, цільових груп медіаосвіти, партнерських зв'язків між різними учасниками неформальної освіти та очікуваних результатів від набуття медіаосвітніх компетентностей громадянами США та Канади. Методологія проведеного дослідження передбачала використання загальнонаукових методів: аналізу, синтезу, порівняння та методів описання.

Наукова новизна даного дослідження полягає у виявленні цільових категорій населення (представників національних меншин, учні та студенти з особливими потребами з метою презентації власних медіатекстів як «голосу» громади, молоді люди, які побували за ґратами для формування активної громадської позиції, новоприбулі іммігранти для полегшення їхнього працевлаштування, громадяни похилого віку для самореалізації як медіаспоживача і громадянина) та очікуваних результатів від медіаосвіти. Автором висвітлені основні напрями розподілу програм за певними категоріями слухачів (шкільні програми, програми університету, програми бібліотек та Інтернет-центрів). Визначені можливі шляхи набуття медіакомпетентностей (навчання вдома, в бібліотеках, за допомогою спеціальних платформ і програм) та їх переваги у розвитку цифрової та медіакомпетентностей. Зроблений висновок щодо переважання можливостей неформальної / інформальної освіти щодо розвитку цифрової та медіакомпетентностей.

Ключові слова: медіаосвіта, цифрові та медіа компетентності, неформальна та інформальна освіта, інформаційне суспільство, різні категорії населення.

Постановка проблеми. *Актуальність роботи.* Нові можливості для доступу та накопичення будь-якої інформації, що створив стрімкий розвиток інформаційних та телекомунікаційних технологій, актуалізує важливість вивчення функції медіаосвіти, та її внесок у розвиток особистості за допомогою засобів масової комунікації. Спрямування цього процесу на формування у населення культури спілкування з медіа, формування їхніх творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, інтерпретації, оцінювання та аналізу медіаінформації є основним завданням теоретиків і практиків освіти в інформаційному суспільстві. Без належного рівня медіаграмотності в сучасному суспільстві неможливе активне використання інформаційного контенту телебачення, радіо, преси, Інтернету. Медіаграмотність допомагає в розумінні соціокультурного і політичного контексту, сприйнятті, аналізу, оцінюванні та створенні медіатекстів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальні питання медіа освіти завжди були в центрі наукового інтересу вітчизняних та зарубіжних науковців. Історію зародження і розвитку медіа освіти досліджували Дж. Гербнер, М. Грейго, Р. Хоббс та інші. Багато українських науковців (В. Іванова, О. Волошенюк, Л. Кульчинська, Т. Іванова, Ю. Мірошніченко) присвятили свої праці визначенню медіаосвіти та медіаграмотності, концептуальних підходів до їх розуміння, рис схожості та відмінностей. Теоретики розглядають медіаосвіту як інструмент захисту від негативного впливу ЗМІ (Р. Кубей, К. Вард-Барнес) і їхні дослідження націлені на те, щоб допомогти медіаосвітнім едукаторам. Зарубіжними науковцями (Л. Стейн, А. Преветт) вивчаються стандарти та навички, необхідні для застосування медіа освіти в процесі навчання.

Мета статті – проаналізувати медіаосвітні можливості, що їх має середньостатистичний громадянин США та Канади з залученням неформальної та інформальної освіти, схарактеризувати

шляхи, цільові групи медіаосвіти, партнерські зв'язки між різними учасниками неформальної освіти та очікувані результати від набуття медіаосвітніх компетентностей громадянами США та Канади.

Методологія дослідження передбачала застосування теоретичних методів для аналізу і синтезу досліджуваного матеріалу, структурно-функційного та компаративного аналізу для з'ясування особливостей неформальної медіаосвіти для різних категорій населення в США і Канаді.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше виявлені цільові категорії населення, які потребують медіаосвіти (представників національних меншин, учні та студенти з особливими потребами з метою презентації власних медіатекстів як «голосу» громади, молоді люди, які побували за ґратами для формування активної громадської позиції, новоприбулі іммігранти для полегшення їхнього працевлаштування, громадяни похилого віку для самореалізації як медіаспоживача і громадянина). Автором висвітлені основні напрями розподілу програм за певними категоріями слухачів (шкільні програми, програми університету, програми бібліотек та Інтернет-центрів). Визначені можливі шляхи набуття медіакомпетентностей (навчання вдома, в бібліотеках, за допомогою спеціальних платформ і програм) та їх переваги у розвитку цифрової та медіакомпетентностей.

Результати дослідження. Вивчення матеріалу з теми дослідження свідчить про те, що формальна освіта нездатна у повному обсязі задовольнити медіаосвітні запити усіх, хто їх потребує. У цьому питанні ми повністю солідарні з думкою американських дослідників медіаосвіти та розробників програми з комунікацій у суспільстві з Аспенського інституту (The Aspen Institute). Такої програми за принципом «один розмір, щоб підходив усім» (one-size-fits-all) просто не існує [5, 20]. Лише велика кількість різних медіаосвітніх програм здатна забезпечити усіх членів суспільства можливістю набуття та розвивати цифрову і медіаосвітню компетентності, без яких життя громадянина і фахівця неможливе в сьогоденних умовах. У досліджуваних країнах названі компетентності можуть бути набуті й поза межами формальної освіти та освітніх закладів. Для дітей та молоді це, насамперед, – вдома, завдяки різним онлайн програмам, у бібліотеках, музеях, літніх таборах та позашкільній діяльності, у місцевих інтернет-центрах, через громадські організації.

Для дорослих основним місцем, де вони можуть набутися та вдосконалювати свої цифрові та медіанавички, безперечно, є їхнє робоче місце. Щоб збільшити ефективність медіаосвітніх програм у неформальному та інформальному середовищі необхідно, на думку науковців з Аспенського інституту [5, 20], розробляти їх з урахуванням потреб цільових категорій населення та його специфічних підгруп. Так, програми шкільні програми (рівня K-12) мають бути розраховані на дітей шкільного віку; рівня університету – на молоді; програми бібліотек та Інтернет-центрів мають орієнтуватися на дорослих: працюючих і безробітних. Однак, навіть така категоризація медіаосвітніх програм не зможе повністю забезпечити доступ до навчальних ресурсів і програм деяким членам суспільства. Відтак вони не отримають можливості розвинути свої цифрові та медіакомпетентності. До цієї особливої групи осіб відносять такі категорії: представники національних меншин (діти, молоді, сім'ї); учні та студенти з особливими потребами; молоді люди, які побували за ґратами; новоприбулі іммігранти; громадяни похилого віку та інші. А якщо одна чи дві зазначені категорії співпадають з іншими, наприклад жінка до 30 років, представниця корінного населення чи іммігрантка, то проблема задоволення своїх освітніх потреб надзвичайно загострюється [9, 12].

Проведений аналіз свідчить про те, що у США, як і в Канаді, інформаційно та технологічно розвинених країнах, активно розвивається громадський рух з розвитку цифрової та медіакомпетентності завдяки утворенню стратегічного партнерства між сім'ями, школами, неурядовими організаціями, бібліотеками. Більш того, підкреслюючи роль неформального та інформального освітнього середовища, директорка відділу можливостей і звітності з Інституту Анненверга (Department of Opportunity and Accountability, Annenberg Institute), доктор Денні Палмер Вульф наголошує, що у таких партнерствах кожен учасник може одночасно бути учнем, педагогом, колегою, що принесе користь не лише самому учаснику, але й усьому суспільству загалом.

Проаналізуємо, яким чином в США і Канаді можна набутися необхідних цифрових і медіа навичок в неформальному та інформальному освітньому середовищі. Найпоширеніша можливість набутися цифрової та медіаграмотності, є дім, де більшість людей дивляться телебачення та фільми, користуються Інтернетом, слухають музику, читають газети і журнали, грають у комп'ютерні ігри. При належній підготовці батьків та їх залученні до освітнього процесу, а також за умови їх високої мотивації та прагнення самим набутися знань та навичок, багато цифрових та медіа компетентностей може бути сформовано саме вдома. Суттєвою перевагою розвитку цифрової та медіа компетентностей вдома є його одночасна доступність для дітей і для дорослих, їх батьків. Аналізуючи наявні неформальні / інформальні можливості розвитку медіанавичок в домашніх умовах, спостерігаємо, що в обох досліджуваних країнах акцент ставиться більше на батьків, ніж на їхніх дітей. Багато церков, організацій громадських діячів випускають літературу з порадами саме для батьків та з матеріалами, що можуть бути використані вдома.

Аналіз такої літератури свідчить, що переважним чином ці публікації належать до протекціоністського підходу, зокрема батькам пропонуються стратегії, як зменшити час перегляду ТБ їхніми дітьми, чи як навчити їх встояти під натиском комерційної реклами. Для цього розроблені теми, на які варто поговорити з дітьми, та кілька рекомендацій, що можна зробити разом. Темі розроблено канадською громадською організацією Media Awareness Network. Загалом, різноманіття тем для розмов важко класифікувати, проте їх об'єднує те, що тематика публікацій «не обов'язково має відповідати «прогресивним» соціальним цілям». Щодо батьків, то важливим у медіаосвіті своїх дітей вони вважають наступне: безпека –

93 %; етичні норми й відповідальність – 93 %; критичне мислення – 87 %. Крім того, відповідальність за медіа освіту своїх дітей батьки покладають передусім на себе (97 %) і лише потім на школу [2].

Однак, останнім часом все більше публікацій для батьків містять не лише рекомендації, що дозволено і що не можна робити. Батьки розглядаються, як активні учасники медіаосвіти їхніх дітей. Також у сучасних освітніх ініціативах для батьків враховуються крос-культурні відмінності та труднощі виховання дітей. Відтак, можна вважати, що наявні медіаресурси для батьків концептуально змінюються: від протекціоністського підходу до розвиваючого. Іншими словами, у неформальній / інформальній освіті спостерігаємо ту ж тенденцію, що й у формальній освіті. Щодо партнерів, то варто зазначити, що в обох країнах діють організації, які забезпечують батьків необхідними матеріалами, наприклад для того, щоб розпочати розмову зі своїми дітьми про відповідальність користування медіа та технологіями. У США це – організація «медіа здорового глузду» (Common Sense Media), в Канаді – «Турбота про дітей» (Caring for Kids) від громадської організації, що об'єднує педіатрів Канади, Канадська організація сімейних ресурсних програм (Canadian Association of Family Resource Programs). З 2003 р. американські батьки можуть вільно користуватися онлайн ресурсом від Common Sense Media, який надає рекомендації та поради стосовно того, як забезпечити добробут підростаючого покоління у цифровому й медіапросторі, підготувати молодь до дорослішання у нових умовах, виховати покоління відповідальних цифрових громадян. За підрахунками, щороку понад 30 млн батьків та учителів у США покладаються на цей ресурс для того, щоб здійснити правильний медіавибір.

Іншими словами батьки й учителі можуть ознайомитися із сюжетами, критичними оглядами, перевагами й водночас ризиками того Інтернет, відео- та аудіоконтенту, який споживають їхні діти та учні. Схожим канадським ресурсом є платформа «Турбота про дітей», яка надає батькам та освітянам інформацію про те, як діти й молодь використовують соціальні медіа, рекомендації, як убезпечити їх у цифровому просторі, пояснення, що таке «онлайн приватність» (online privacy), «кібер-булінг» (cyber-bullying), «секстинг» (sexting), рекомендує додаткові ресурси та багато іншого.

Крім того, ціла низка програм саме для батьків пропонується організацією, яка так і називається «Канадська організація сімейних ресурсних програм» (Canadian Association of Family Resource Programs). Бібліотеки – ще одне місце, де можна набути цифрову та медіа компетентності. Вони надають доступ широкому загалу громадян країни до комп'ютерів та Інтернету; пропонують різноманітні медіа розвиваючі програми. За статистичними даними, третина американських підлітків віком від 14 та старші, що становить 77 млн осіб, користуються Інтернет-сервісом у публічних бібліотеках [2].

Бібліотеки пропонують індивідуальну допомогу кожному, хто її потребує. Працівники бібліотеки допомагають знайти потрібну інформацію в Інтернеті, показують, як користуватися електронною поштою чи комп'ютерними програмами, навчають, як користуватися бібліотечною базою та різними пошуковими системами. Часто працівники бібліотеки проводять заняття з різних навчальних дисциплін у комп'ютерних лабораторіях бібліотеки та навчають інформаційній грамотності учнів школи K-12 для проведення проектних досліджень.

Бібліотеки використовують інтерактивні медіазасоби за допомогою яких привносять історичну інформацію в сучасне життя та залучають учнів до досліджень. Вважається, що це – найбільш індивідуальний та ефективний спосіб навчання [5, 21]. Наприклад, Чиказька публічна бібліотека у США пропонує медіаосвітню програму «YOU media», завдяки якій молоді люди співпрацюють, використовуючи цифрові медіа, і займаються творчістю, а саме графічним дизайном, фотографією, відео, музикою, 2D/3D дизайном та ін. Якщо у 2009 р. вона діяла в одній локації, то нині – вже у 19 районах міста. Молодь шкільного віку, студенти, дорослі об'єднані у цифровому динамічному просторі для плідної співпраці та творчості в позаурочний час, тобто в неформальному освітньому середовищі.

Програма базується на концепції, розробленій групою науковців, яка полягає в тому, що молодь взаємодіє з цифровими медіа 3 шляхами, через: спілкування з друзями у соціальних мережах; ігрову діяльність; об'єднання в онлайн групах задля задоволення своїх основних інтересів. Програма фінансується Фондом Джона Д. та Катерін Т. МакАртур (John D. And Catherine T. MacArthur Foundation) і на її реалізацію було виділено 50 млн американських доларів. Крім того, розуміючи важливість використання цифрових технологій для навчання, гри, соціалізації та суспільного життя молоді, до фінансування цієї програми долучилися й фонди таких всесвітньо відомих компаній, як Боїнг Чікаго, Моторола, Майкрософт, Пірсон та ін.

У Канаді діє національна програма «бібліотека для навчання спільноти» (Library Learning Commons). Очікується, що впровадження цієї програми приведе до перетворення звичайної шкільної бібліотеки на справжній хаб (від англ. hub – центр, місце зустрічі для спільного проведення дозвілля чи роботи), де кипить життя, де активно співпрацюють дорослі (бібліотекарі, учителі) та школярі, долаючи виклики діджиталізації життя загалом й навчання зокрема. Очікуваними результатами медіаосвітньої діяльності бібліотек можна вважати розвиток навичок критичного мислення, оскільки тут, передусім, навчають знаходити, аналізувати та оцінювати інформацію. Також, проявляються стратегічні партнерські зв'язки в тому, як бібліотеки, пропонуючи інформацію про роботу, новини, освіту, різноманітні послуги, охорону здоров'я, об'єднують друзів, членів родини, фахівців та багато інших людей у суспільстві та надихають їх до спільних громадянських дій. Наприклад, працівники бібліотеки ведуть власні блоги, підписниками яких є широка аудиторія педагогів. Також інформацію поширюють через різні медіаресурси, соціальні та професійні мережі.

Одним із важливих стратегічних партнерів публічних бібліотек у США та Канаді є музеї, які також варто проаналізувати з точки зору їх придатності для розвитку цифрової та медіакомпетентностей молоді й дорослих саме у неформальному освітньому середовищі. Пізнавальним є досвід працівників музею, які співпрацюють з Інтерактивним центром розвитку толерантного ставлення дітей до усіх членів суспільства (Kidsbridge Tolerance Center). Фасилітатори з Центру відвідують школи та впроваджують музейні програми безпосередньо в класі. Такі розвиваючі програми є зручними і, насамперед, дозволяють медіаосвіті бути неперервною [8].

Крім того, музеї у США разом із публічними бібліотеками за участю Інституту музейних та бібліотечних послуг (IMLS – Institute of Museum and Library Services), Американської асоціації бібліотек (ALA – American Library Association) втілюють на практиці програму «срібний серфінгіст» (Silver Surfers від англ. silver surfer – користувач інтернету, якому за 50 років). Програма розроблена науковцями вказаних закладів за зразком британського клубу Silver Surfers, та націлена на підтримку і розвиток цифрових та медіакомпетентностей в американців віком 55 років і старше.

Нагальність такої ініціативи цілком очевидна, адже чисельність людей похилого віку, які користуються Інтернетом, динамічно зростає. Частка тих літніх людей, що постійно перебувають онлайн лише у 2015 р. зростає з 12 до 17% [1]. Навіть ті американці, кому 65+, потребують розвитку цифрової та медіакомпетентностей, оскільки 76% з них щодня перебувають онлайн, у 42% є смартфони (у 2013 р. лише у 18%), 32% володіють планшетами, 34% американців похилого віку активно використовують соціальні медіа [1]. Тому цілком зрозумілим є прагнення музейників США заповнити цю нішу медіаосвітніх потреб людей літнього віку. Що ж до канадських музеїв, вони акцентують свою увагу на розвитку цифрових і медіа навичок у молоді.

Так, у 2018 р. в Оттаві на базі Канадського музею природи (Canadian Museum of Nature) та за підтримки Канадської федерації учителів (Canadian Teachers' Federation) в межах Тижня медіа грамотності (Media Literacy Week) було проведено майстер класи «виробники і творці» (Makers and Creators). Учасники – батьки, учителі, молодь – проявляли свою креативність, інноваційність, підприємливість у процесі DIY (в перекладі з англ. do it yourself – зроби це власноруч) виробництва, художнього відтворення, кодування медіа продукції та подальшого її розміщення у різних соціальних мережах. Метою заходу – навчити молодь бути не лише медіа споживачами, а справжніми медіа творцями – було успішно досягнуто [4].

Аналіз відповідної літератури свідчить, що в обох країнах існують сотні невеликих (регіональних та місцевих) програм для підлітків, що надають їм можливість навчитися критично аналізувати мультимедійні повідомлення та створювати власні за допомогою традиційних та інтерактивних медіа засобів. Широкий діапазон молодіжних медіа освітніх програм має спільний фокус. Усі програми орієнтовано на про-соціальну практику та розвиток навичок критичного мислення і медіа компетентності [4].

Як правило, тематика програм охоплює загальні питання соціальної справедливості, місцеві приклади, питання медіа презентації. Загалом, ці програми допомагають молоді усвідомити себе активними учасниками суспільства, в якому вони проживають, зокрема завдяки місцевим прикладам насильства, соціальної несправедливості. Підлітки вирішують проблеми через комунікацію та навчаються, як соціально захистити себе, друзів, родину.

Так, у США у м. Чикаго у 2006 р. завдяки підтримці Фонду Джона Д. та Катерін Т. МакАртура, про який ми вже згадували вище, було розроблено та введено в дію цифрову молодіжну мережу (DYN – Digital Youth Network). Девізом цієї мережі є слоган «Чикаго – місто, яке навчається». Вона розрахована на спілкування урбаністичної молоді та їхню співпрацю у позашкільному середовищі. Разом з тим, підтримує організації, освітян і дослідників для вивчення найкращих практик з розвитку технічних, креативних та аналітичних умінь міської молоді в освітніх просторах громади, Інтернету, домівки [1].

Партнерами та співзасновниками Digital Youth Network є інша соціальна мережа YOUMedia, публічна бібліотека Чикаго та мерія міста. Окрім діяльності на Інтернет просторах, спільними зусиллями було розроблено й укладено у 2014 р. книгу DYN, в якій висвітлено результати пілотного проекту з розвитку цифрової та медіа навичок і вмінь молоді, незважаючи на різноманітність їх позашкільних інтересів – геймера, поета чи громадського активіста. Автори описують власний творчий підхід створення неформального простору для навчання та дають практичні поради щодо створення інших подібних неформальних просторів для навчання молоді й дорослих.

Крім іншого, у місцевих громадах є публічна система кабельного доступу (телебачення, Інтернет). Можна вільно користуватися нею для того, щоб навчитися, як використовувати відео та цифрові медіазасоби та створювати власні програми, що відображають різні соціальні питання, інтереси, хобі їхніх авторів. Мета таких програм – допомогти людям опанувати цифрові технології для пошуку необхідної інформації, створення документального фільму чи підготовки до виступу та розмови в телестудії, радіо, на засіданнях тощо.

У США забезпечення населення доступом до місцевих кабельних каналів деякий час навіть вимагалось законом. Проте, фактично, такий доступ ніколи не був однаковим по всій території країни, так само як і забезпечення окремих людей і політичних партій медіа ресурсами. Разом з тим, медіа забезпечення і доступ до медіа ресурсів громади завжди вважалися чудовою освітньою можливістю [3, 27].

Так, у Канаді ще у 2001 р. федеральним урядом було розроблено цифрову стратегію для просування безпечного, розумного й відповідального використання Інтернетом. Разом з урядовими організаціями до її реалізації долучилася Канадська асоціація Інтернет провайдерів (Canadian Association

of Internet Providers). Як стратегічний партнер, місцеві Інтернет центри забезпечували переважно цифрову й медіа освіту на арені K-12, тобто на рівні школи. Медіа освітні програми School Net та Library Net позиціонували Канаду на той час як «глобального лідера з єднання та освітнього онлайн контенту».

Незважаючи на певне зниження уваги уряду, у тому числі й фінансової підтримки, до проблем медіаосвіти за останнє десятиліття, місцеві Інтернет центри навпаки продовжували свою діяльність, націлену на розвиток цифрових та медіа навичок населення. Однією з ініціатив місцевих Інтернет-центрів, яку підхопили й яка користується великою популярністю серед канадців, є запуск програми Канадської агенції доходів (Canada Revenue Agency) – «Auto-fill Service» (від англ. послуга автоматичного заповнення). Її мета – допомогти канадцам вести контроль над своїми податками. Нині цією послугою користується вже 5,7 млн канадців. І попри те, що програма автоматично все підраховує, громадяни потребують певних цифрових та медіа навичок, щоб бути впевненими в тому, що вони виконують.

Програми громад / програми навчання упродовж життя пропонуються громадськими центрами, бібліотеками, релігійними общинами. Медіаосвітні практики надають допомогу дорослим і людям похилого віку у розвитку їхньої цифрової та медіакомпетентності. Спільний перегляд фільму з подальшим його обговоренням чи групове створення оповідання за заданою темою усіма присутніми є ефективними методиками розвитку візуальної грамотності та навичок критичного мислення. Переважна більшість програм націлена на розвиток у дорослих цифрової та медіа грамотності для забезпечення їм можливості влаштуватися на роботу, реалізації себе як медіаспоживача і громадянина [4]. Деякі програми розроблено для того, щоб навчити юних дорослих виробництву і презентації медіатекстів як «голосу» громади, орієнтованих на розвиток активної громадської позиції.

Беззаперечно, що традиційні форми та методи навчання учнів у ХХІ ст. непоправно застаріли. Перехід до студенто-орієнтованого навчання, яке враховує потреби учня, фокусується на відкритті та конструюванні знань самим учнем, є закономірним процесом. Цю закономірність та освітні потреби учня беруть до уваги позашкільні освітні заклади та громадські організації, пропонуючи членам громади ефективні медіаосвітні програми.

Програма Media Detectives успішно реалізується у формальній освіті США. Її використання в позашкільному житті підлітків цілком закономірне, адже вона націлена на розвиток навичок адекватного сприйняття молоддю навколишнього світу через медіа ресурси [7, 180]. Відомий у США Центр Кідсбрідж Толеранс (Kidsbridge Tolerance Center), створений у 1996 р., пропонує дітям і підліткам спеціалізовану освіту, оцінювання різноманітності та розвиток навичок життя у суспільстві. Завдання цього інтерактивного центру – виховати громадян, які турбуються про інших без упередження, забобон чи дискримінації, які прагнуть бути захисниками інших і одночасно вміють захистити себе. Програми та експонати Центру постійно оновлюються, до їх створення залучаються науковці та досвідчені учителі, вони враховують виклики, що постають перед педагогами і учнями в цифрову еру.

У своїй діяльності Центр активно використовує метод симуляції реального життя для того, щоб діти та підлітки могли відчувати, що таке упереджене ставлення чи дискримінація, як вона впливає на людей, що потрібно робити для захисту, як уникнути таких явищ тощо. Для досягнення поставлених завдань Кідсбрідж Центр звертається до медіанавчання своїх відвідувачів. Щороку Центр відвідують понад 2200 дітей. Так, заняття по програмі Media Detectives розраховано на 4 години, не рахуючи тих, що провадяться і в самій школі, тобто у формальній освіті. У невеликих групах відбуваються інтерактивні обговорення, знайомство, реалізується стратегія «UPstander»¹, обговорюються стереотипи, переваги і недоліки якогось явища у суспільстві. Результати командної роботи (team-building) оцінюються до початку і після обговорення. Темати обговорення можуть бути такі «дорослі» питання, як реклама, захист навколишнього середовища, імідж чоловіка чи жінки в медіа засобах. Фасилітатори проводять обговорення з метою поглибити знання дітей щодо гендерних стереотипів у медіа засобах та як їх зруйнувати [6, 36]. Така взаємодія формальної та неформальної освіти в межах однієї програми є досить ефективною, оскільки в ній реалізуються основоположні принципи освіти: неперервності, наступності, орієнтованості на потреби самого підлітка, демократичності, гуманізму та гуманістичності та ін.

Заслуговує уваги й канадський досвід програм, що пропонуються громадами. Наприклад, у м. Ванкувер діє 24 громадських центри, які орієнтовані на рекреаційні, соціальні та культурні види діяльності для усіх мешканців. Програми або повністю безкоштовні, або пропонуються за помірну ціну. Аналіз їх сайтів показав, що нині центрами пропонується понад 9300 різноманітних програм і курсів для різних категорій населення, у тому числі й для малозабезпечених та тих, хто перебуває в групі ризику. Популярною програмою, що націлена на розвиток медіа компетентності, є мистецтвознавча: для дітей віком від 4 до років, а також для тих кому за 55. Так, в рамках останньої програми, учасники навчаються створювати власний медіапродукт – мистецький журнал, що охоплює тексти для читання, малюнки, соціальні замальовки, рекомендації друзям і колегам та багато іншого. Фасилітатором програми може бути досвідчений педагог, митець, представник громади-любитель мистецтва. Проте, варто також зазначити, що й у багатьох інших програмах, використовуються види діяльності, орієнтовані саме на розвиток чи удосконалення медіа навичок місцевих мешканців.

Викладене вище дає підстави для висновку про надзвичайно потужний потенціал неформальної та інформальної освітніх ланок для розвитку цифрової та медіа компетентностей усіх категорій населення, у тому числі й тих, хто може залишитися осторонь у формальній освіті. Очевидним є переважання можливостей неформальної / інформальної освіти щодо розвитку цифрової та медіакомпетентностей. Здійснений аналіз показав, що у США і Канаді потреби усіх членів суспільства у розвитку цифрової та

медіа компетентностей задовольняються як у формальній, так і в неформальній / інформальній освіті. Причому, неформальна та інформальна освіта мають більше можливостей для цього. Найкращим рішенням може стати їх створення та реалізація у тих місцях, де вже відбувається навчання у неформальному та інформальному освітньому середовищах – дім, бібліотеки, музеї, місця позашкільної активності, громадські організації та ін. Поєднання освітніх можливостей формальної та неформальної / інформальної освіти дає найбільш значущі результати.

На подальше вивчення заслуговують види діяльності, що ґрунтуються на співпраці родини і школи, тобто ті види, що поєднують формальну та неформальну / інформальну освіту.

References

1. Anderson, M., Perrin, A., Jiang, J., Kumar, M. (2019). 10 % of Americans don't use the Internet. Who are they? Pew Research center. Retrieved from: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/22/some-americans-dont-use-the-internet-who-are-they/>.
2. Cable in the Classroom. (2012). The state of digital citizenship in schools. Retrieved from: <http://www.ciconline.org/resource/2012survey>.
3. Fedorov, A. (2007). Media Education in the World: Expert's Opinions. *Mediatheque*. 3, 27-33.
4. Griego, M. (2012). *Media literacy's big tent*. Retrieved from: <http://mediaeducationlab>.
5. Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Washington, D.C, The Aspen Institute.
6. Kanthan, S., Graham, J., Azarchi, L. (2016). Media Detectives: Bridging the Relationship among Empathy, Laugh Tracks, and Gender in Childhood, *Journal of Media Literacy Education*. 8 (2), 35 -53.
7. Konrath, S., O'Brien, E., Hsing, C. (2011). Changes in Dispositional Empathy in American College Students Over Time: A Meta-Analysis. *Personality and Social Psychology Review*. 15 (2), 180-98.
8. Tolerance Center (2019). Kidsbridge programs for bullying prevention, social-emotional skills, and diversity education. Retrieved from: <https://www.kidsbridgecenter.org/tolerance-museum/tolerance-center/>.
9. Woelke, L. (2017). *The role of adult education*. USA: The University of the Fraser Valley.

Golovchenko G.

ORCID 0000-0003-1734-6430

Ph.D. in Pedagogical Sciences,
Secretary of National Union of journalists (Ukraine),
Director Press and Television College,
TAK TV Channel General producer
(Mykolajiv, Ukraine) E-mail: g.golovchenko@gmail.com

MEDIA LITERACY OF DIFFERENT POPULATION GROUPS IN USA AND CANADA IN INFORMATION SOCIETY

*In the article the author analyses programs of media education able to provide all population groups with possibility to acquire and develop digital and media competences, without which a citizen's and specialist's life is impossible nowadays. **The article's purpose** is to analyze media education opportunities for average citizen in USA and Canada by means of informal and non formal education, characterize the ways, target groups and awaited results from acquiring media competences by American and Canadian citizens. **Methodology**. The research was carried out with the help of general scientific methods: analysis, synthesis, comparison and descriptive method.*

***Scientific novelty** is in determining target groups and awaited results from this media education (national minorities, students with special needs to enable them their own media projects as «voice» of community, young people, who were imprisoned for their active citizenship, newly come immigrants for their employment, elderly people for their self realization as media consumers). The author highlighted main directions of programs division according to certain groups of students (schools and university programs, library and Internet centers programs). Possible ways of acquiring media competences have been revealed (at home, in libraries, with help of special platforms). **Conclusion** has been made about advantages of informal and non formal education in digital and media competences development.*

Keywords: media education, digital and media competences, informal and non formal education, information society, different population groups.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2020

Рецензент: доктор педагогічних наук, професор Н. В. Пазюра