

# Хорошие практики и потребности для развития медиаграмотности взрослых

## Окончательный отчет

### Резюме

*Анна Канерва и Катя Оксанен-Сяреля*

*Перевод с финского языка: Ю. Яковлева*

<https://medialukutaitosuomessa.fi/aikuistenmedialukutaito.pdf>



Цель исследования «Хорошие практики и потребности развития медиаграмотности взрослых» состояла в том, чтобы выяснить, что на данный момент в действительности означает повышение медиаграмотности в Финляндии, какие задачи необходимо решать для повышения медиаграмотности взрослых, а также каким образом можно решить проблемы. При проведении исследования мы стремились определить и описать конкретные модели работы и хорошие практики, которые в соответствии с целями Национальной политики медиаобразования (2019) позволяют повысить медиаграмотность взрослых наиболее широко, качественно и систематически. Исследование было проведено Исследовательским центром культурной политики «Сурог» совместно с Национальным аудиовизуальным институтом (KAVI) в течение осени 2020 и весны 2021. Материалы для исследования были собраны путем проведения на рубеже 2020/2021 гг. опроса 20 специалистов из разных регионов Финляндии, работа которых тем или иным образом связана с медиаграмотностью взрослых. Исследование представляет собой качественный обзор, посвященный работе с медиаграмотностью взрослых. Опрошенные являются представителями сферы открытого образования для взрослых, библиотечной сферы, СМИ, исследовательской и административной отрасли, а также третьего сектора (*некоммерческих организаций, прим. пер.*). Медиаграмотность понималась по-разному, и фокус внимания менялся в зависимости от того, каким был фокус собственной работы опрошенного. В качестве понятий, связанных с медиаграмотностью, и ее подобластей упоминались в том числе медиаграмотность, информационная грамотность, многозадачность, цифровые навыки, операционные навыки, навыки безопасности, навыки интерпретации, навыки взаимодействия и коммуникации, а также творческие навыки. В ходе опроса выяснилось, что в базовых навыках, связанных с использованием медиаматериалов, в том числе навыках

использования интернета и социальных сетей, а также навыках безопасности продолжают возникать пробелы и потребности, и опрошенные нацеливают на них свою деятельность.

В своей работе, направленной на повышение медиаграмотности, опрошенные воспринимают медиаграмотность как гражданский навык и повседневный навык, который позволяет в полной мере участвовать в жизни общества. Обучение пользованию приложениями и гаджетами в Финляндии широко доступно, хотя потребность в нем сохраняется. Что касается операционных навыков, то навыки безопасности и управление данными видятся важным контентом, которому необходимо уделить особое внимание. Практически в каждом интервью поднимался вопрос необходимости владения взрослыми навыком критической медиаграмотности и обучения ей.

### **Текущее состояние сферы медиаграмотности и задачи**

По мнению опрошенных, для сферы медиаграмотности в Финляндии характерно большое количество участников и навыков. Это помогает в работе, связанной с медиаграмотностью, и позволяет охватить разные целевые группы. В Финляндии также есть структуры, содействующие такой деятельности, и ситуация на международном уровне выглядит неплохо. Несмотря на это, медиаобразования, направленного именно на взрослых, мало. Хотя работа именно со взрослыми вышла на передний план, ее считают пока что находящейся «в зачаточном состоянии» по сравнению с медиаобразованием детей и молодежи. Кроме того, взрослые – это сложная целевая группа. Взрослые сильно отличаются друг от друга по возрасту, жизненной ситуации, а также шаблонам и навыкам использования СМИ, что следует учитывать при выборе направлений деятельности.

Взрослые также не входят в организации, охватывающие всю возрастную группу, и, таким образом, не формируют готовую целевую группу для процесса медиаобразования. По этой причине представители сферы медиаобразования активно ищут способы охвата и информирования о деятельности. Для сторон, занимающихся повышением медиаграмотности, медиаобразование довольно редко бывает ключевой деятельностью. Не все участники сферы обязательно знают, что они занимаются повышением медиаграмотности в своей работе, если медиаобразование является небольшой частью другой работы или если для него нет определенного положения в стратегиях деятельности.

Представители сферы медиаобразования считают основным фактором,двигающим работу в данном направлении вперед, работающие сети сотрудничества. Создание сетей дает возможность обмениваться информацией и хорошими практиками, развивать собственную деятельность и экономить ресурсы. С формированием сетей связаны те же проблемы и задачи. При построении шаблонов сотрудничества поиск общего понимания может показаться

трудным в связи с многообразием участников (разные целевые группы, разные цели), а также потому, что участников, масштабно занимающихся медиаграмотностью взрослых, мало. Кроме того, ресурсы для создания и поддержания сетей часто бывают ограничены. Для медиаобразования взрослых нет постоянных источников финансирования, какие имеются для детей и молодежи. Финансирование медиаобразования обычно направлено на определенную отрасль или сектор, поэтому трудно найти финансирование для совместной работы между ними. Финансирование также часто осуществляется в форме проектов, что в свою очередь приводит к дроблению сферы и деятельности. Работа, в основе которой лежит проект, приводит к перерывам и затрудняет «укоренение» результатов в постоянной деятельности. В конце концов, в сфере медиаобразования взрослых отмечается нехватка организованности, что означает нехватку программ, планов и стратегий. В сфере не хватает более четкой, чем нынешняя, координации сетей сотрудничества и деятельности.

### **Хорошие практики**

В качестве работающего подхода в медиаобразовании взрослых была отмечена поддержка совместного размышления и осознания вместо научения. Одновременно следует подходить к темам исходя из отправных точек и будничных потребностей целевых групп. Правильное преподнесение контента и присоединение элементов медиаобразования к иной деятельности, воспринимаемой с интересом, мотивирует к участию. В таком случае медиаобразование может стать своего рода скрытой стратегией деятельности.

Работа на равных воспринимается как действенный способ работы с лицами разного возраста и лицами, обладающими разными возможностями здоровья, поскольку схожие лица имеют хорошее представление о потребностях и способе мышления целевой группы. Соответственно родной язык и учет собственных характерных культурных черт делает работу выполнимой и легко доступной. Кроме того, было замечено, что определение потребностей и целей совместно с целевой группой помогает в идентификации скрытых потребностей и улучшает понимание сферы участником процесса медиаобразования, при этом поиск релевантных методов работы упрощается. При работе с взрослыми, по словам представителей сферы медиаобразования, следует учитывать различные привычки и навыки в использовании СМИ, при этом одним из решений становится максимально многоканальная коммуникация. Методы, основанные на цифровой технике, такие как обучение цифровым технологиям в удаленном режиме, – это уже используемые методы работы, которые предлагают возможности для дальнейшего развития. Помимо упрощения охвата аудитории цифровые технологии делают возможным производство контента, например, с помощью игровых методов. По словам опрошенных, сотрудничество с

представителями других отраслей, а не только своей отрасли, открывает возможности для развития деятельности, а также охвата целевой аудитории. Часть участников превратила свою медиаобразовательную работу в готовый продукт путем составления материалов, которые легко применимы к разным участникам, или путем концептуализации и открытого обмена хорошими моделями работы. По словам участников, это наилучшим образом экономит ресурсы и предотвращает дублирование работы. Однако преимущества не ограничиваются этим, поскольку таким образом в медиаобразовательную работу может быть привнесена систематичность, которой так не хватает. По мнению участников, при осуществлении медиаобразовательной деятельности важно, чтобы эта работа имела конкретное название и определенное положение либо в виде своего плана, либо как часть стратегии более крупной стороны, например, муниципалитета. В таком случае медиаобразование будет лучше обеспечено ресурсами, а его необходимость будет проще отстоять как внутри организации, так и перед внешними участниками отрасли.

### **Будущее: пожелания и решения**

Главные пожелания специалистов относительно мероприятий связаны с повышением системности медиаобразовательной деятельности через координацию и руководство: стратегическим управлением и поддержкой, координированием и развитием сотрудничества между разными участниками, поддержкой работы на региональном уровне, а также сбором и обменом хорошими медиаобразовательными практиками и данными исследований. В числе прочих рекомендованных мероприятий – популяризация медиаграмотности, укрепление научной основы, усиление навыков медиаобразования взрослых и педагогическая поддержка, а также развитие межотраслевых и межведомственных инструментов финансирования медиаобразования взрослых.