

**Булычева Ирина Андреевна**

магистрант

Научный руководитель

**Львова Елена Николаевна**

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный

институт культуры»

г. Санкт-Петербург

DOI 10.31483/r-100684

## **МЕДИАТВОРЧЕСТВО МОЛОДЕЖИ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В ПРОГРАММАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОСУГОВЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

***Аннотация:** использование медиаобразовательного направления в структуре социально-культурной деятельности учреждений культуры и досуга становится на сегодняшний день крайне значимым для организации творческой самореализации молодежной аудитории. В этой связи особую актуальность приобретают исследовательские практики по изучению степени вовлеченности молодежи в процессы медиатворчества и медиаобразования, о чём свидетельствуют представленные в статье результаты диагностики интересов молодых жителей г. Гатчины Ленинградской области.*

***Ключевые слова:** медиатворчество, медиатехнологии, молодежный досуг, дополнительное образование.*

Современное общество порождает все новые формы организации досуга. Сегодня человек испытывает постоянную потребность в самообразовании и саморазвитии, развлечениях и психологическом расслаблении, разнообразных формах социального общения вне рабочего и учебного времени. В условиях динамичного развития общества свободное время является реальной ценностью для человека. С развитием сети Интернет, на которое население практически всей территории нашей страны тратит большое количество времени, а также с

изменением приоритетов и ценностей в обществе изменились и досуговые предпочтения, что особенно наблюдается у молодежи. При этом в последнее время остро встал вопрос привлечения молодежи в городские досуговые центры, деятельность которых сосредоточена на студийной работе, базирующейся на принципе добровольности участия. Обусловлено это рядом причин, среди которых не последнее место занимает виртуализация досуговой активности, преобразование её вектора. Следовательно, важно обратить внимание на новые формы организации досуга в молодежных культурно-досуговых учреждениях, где необходимо учитывать сложившиеся условия и приоритеты целевой аудитории. Исходя из этого есть основания утверждать, что медиаобразование, включающее формирование культуры медиаторчества, может выступать как одно из актуальных направлений организации досуговой деятельности для молодежи.

В последние годы медиатехнологии повлияли на наш жизненный опыт и расширили его масштабы. Растущее использование сети Интернет, новых медиа и связанных с ними технологий и цифровых устройств стало центральной частью досуга в современном обществе, породив тем самым новые проблемы и возможности в сфере коммуникаций и самореализации личности. В этой связи крупнейший специалист в вопросах медиаобразовательной деятельности Федоров А.В. указывает, что «наряду с традиционными понятиями «кинообразование», «компьютерная грамотность» и др., появились термины «медиа-арт», «медiateка», «медиакультура», «дистанционное обучение», «интернет-образование» и т. д.» [3, с. 226].

Молодежь – самая многочисленная, самая активная и самая гибкая аудитория медиа-среды. Молодые представители цифрового поколения все больше и больше используют средства массовой информации и медиатехнологии в своей повседневной жизни. И, прежде всего, они активны в социальных сетях. Представители этого поколения принадлежат к новому типу визуальной и коммуникативной культуры, среди которых множество различных групп пользователей Интернет со своими интересами и потребностями, где может иметь место

«склонность к троллингу и буллингу, нарастание непреодолимых коммуникативных барьеров, суицидальные наклонности и ряд иных асоциальных поведенческих характеристик» [2, с. 72]. Подобные утверждения исследователей являются вполне обоснованными. Однако выделяется особая группа молодежи, использующей медиа, – творческая молодежь, которую от остальной части молодых людей отличает особая целеустремленность в сфере самовыражения. Это играет ключевую роль в становлении их личности. Медиа же выступает универсальной средой, в которой они могут выразить свою целеустремленность в различных ролях, моделях и экспериментах. Здесь речь идет о выражении творческой личности, которая предполагает автономность, независимость и осознанность мышления и эмоций, а также значимый результат приложения собственных способностей и усилий. Социальные сети и медиа оказываются крайне привлекательными для молодежи и фактически являются одним из самых эффективных способов самовыражения, требующего, в том числе, определенного уровня культуры, необходимыми элементами которой сегодня являются медиаграмотность и медиакомпетентность.

Медиаобразование, в рамках которого формируется медиакомпетентность, предоставляет разнообразные возможности для развития самосознания творческой молодежи. Здесь особую актуальность приобретает их включенность в деятельность социальных сетей, которые являются сегодня уже не только средством коммуникации, но и мощным визуальным средством самовыражения. И. В. Жилавская считает, что «новые медиатехнологии позволяют молодежи решать актуальные для нее задачи: связи с открытым миром и свободного перемещения из одной реальности в другую, самовыражения, которое сегодня становится одной из важнейших ценностей, управления собственными ресурсами и самоорганизации и, наконец, реализации тех прав и свобод, которые приобретены ею в процессе развития общества» [1, с. 64].

Несомненно, медиатехнологии стали важнейшей составляющей современного досуга молодежи. Многие аспекты досуга, включая развлечения, дополнительное непрерывное образование и общение, сосредоточены на медиатехноло-

гиях и находятся под их влиянием. Во многом именно в этой связи в последнее время остро встал вопрос привлечения молодежи в городские досуговые центры. И это связано не только с развитием коммерческого сектора досуга и снижения его доступности, но и с недостаточно актуальными направлениями организации досуговой деятельности, представленными в программах учреждений. Сложившееся положение дел диктует необходимость осмысления досуговых предпочтений молодых жителей г. Гатчины, для изучения каковых зимой текущего 2021 года проводилось эмпирическое исследование по сбору информации о структуре свободного времени и досуговых предпочтениях молодежи.

Целью эмпирического исследования стало проведение диагностики досуговых интересов среди молодежи г. Гатчины в области медиатехнологий и медиатворчества. Объектом исследования выступила молодежь в возрасте 14–18 лет. Это возраст, когда молодые люди формируют предпочтения в сфере досуга и интересы в области культуры. Молодежь этого возраста, граничащего с подростковым, сегодня находится в постоянном поиске «саших себя», переоценивает различные аспекты своей жизни, пытается дистанцироваться от своих семей, родителей и обрести независимость. Во многих случаях поиск своей идентичности выражается в их досуге и потребительской активности. Предметом эмпирического исследования стал уровень заинтересованности молодежи в области медиатехнологий и медиатворчества. Методом эмпирического исследования являлось анкетирование, опубликованное в социальных сетях МБУ «Гатчинский Дворец Молодежи».

Опрос 50 респондентов показал, что молодежь, проживающая в данном населенном пункте, обладает достаточно большим количеством свободного времени. Среди опрошенных 52% указали, что свободное время без каких бы то ни было планов вне учебы и обязательных дел составляет от 4-х до 6-ти часов в неделю. Только 18% опрошенных ответили, что у них есть около 2-х часов свободного времени в неделю, а 10% опрошенных не смогли точно ответить на этот вопрос, поскольку, предположительно, свободного времени у этой части участников исследования достаточно, чтобы его не приходилось считать. Дан-

ный фактор делает молодежь этого возраста желанной аудиторией для учреждений досуга города.

Проведенное исследование иллюстрирует различные способы участия молодежи в досуговой деятельности. Большинство молодежи Гатчины достаточно пассивно проводит свое свободное время. Так, одними из самых популярных способов провести свой досуг стали просмотр фильмов, встречи с друзьями и нахождение в сети «Интернет» (данные формы активности выбрали 64%, 62% и 58% участвующей молодежи соответственно). Но в то же время существует группа людей, проводящая свое время за чтением книг (50%), посещением кружков и секций (50%), прогулками (46%), а также занятием волонтерской деятельностью (44%). Можно наблюдать тенденцию, которая выражается в том, что молодежь города предпочитает выбирать виды досуга, направленные на коммуникацию со сверстниками. Таким образом, досуговые центры должны иметь данную тенденцию в виду и создавать условия для свободного общения.

В ходе исследования респонденты ответили, как оценивают предложенный в городе досуг. Так, 46% считают, что в городе всегда есть чем заняться, однако 30% считают, что коммерческий сектор в городе развит лучше, чем бесплатные формы досуга, 24% остаются дома или ездят в Санкт-Петербург. Последний показатель является высоким, вследствие чего необходимость корректировать и добавлять новые формы досуга для молодежи учреждениям города также высока.

Молодежь в этом возрасте способна привлекать больше друзей в досуговую деятельность, если один из друзей заинтересовался в деятельности учреждения. Молодежь чувствительна к мнению друзей и учитывает мнение сверстников при выборе занятий для досуга. Этот тезис подтверждают данные о способах получения информации про возможности провести свободное время. Одними из самым популярных ответов были: «Из социальных сетей и публичных», а также «От друзей/знакомых».

Решение заняться чем-то в свободное время обычно принимается совместно. Мнение родителей, старших родственников и сестер с братьями учитывается, но гораздо меньше. Таким образом, принимая во внимание эти факторы и

проводя правильную работу с молодежью, учреждения досуга могут значительно улучшить посещаемость в этой возрастной группе.

Сеть Интернет имеет большое значение для современной молодежи, как для общения (66%), так и как источник информации (чтение пабликов, блогов и пр. – 68%, поиск интересной информации и информации в образовательных целях – 34 и 36%). Но при этом время, которое опрошенная молодежь проводит в Интернете, по большей части расходуется неэффективно. 60% респондентов отметило прокрастинацию одним из вариантов использования социальных сетей. Но при этом социальные сети можно рассматривать и как ресурс для медиатворчества, как форму самовыражения себя (публикация фотографий – 44%, ведение собственного блога – 24%). При этом ожидаемо самыми популярными направлениями досугового времяпрепровождения оказались: «Фотография», «Видеомонтаж и создание видео», «Волонтерство», «Дизайн и компьютерная графика», «Театральное мастерство», «Журналистика». Соответственно, можно утверждать, что молодежь заинтересована в медиатворчестве и дополнительном образовании в области медиатехнологий.

В качестве формы медиатворчества по большей части выступает ведение блога. Только 14% респондентов совсем не интересуется данной темой, а самым популярным ответом стало желание вести видеоблог с интересным уникальным контентом (60%). При этом 62% респондентов не знают, как это желание возможно реализовать и нуждаются в различных формах обучения. При этом в ответных комментариях, выраженных в свободной форме, речь не идет о будущей профессионализации подобной деятельности, но много чаще подчеркивается её значимость как желаемого формата самореализации и возможности представить свой взгляд на различные аспекты жизнедеятельности современного мира.

В целом проведенное исследование достаточно выпукло проявило досуговые предпочтения молодежи и подтвердило заинтересованность в медиатворчестве. Сопоставляя полученные результаты с близкими по проблематике данными, представленными в различных источниках, можно с уверенностью утверждать, что в современную эпоху медиатехнологии начинают все шире исполь-

зоваться для творчества, включающего музыку, киноискусство, видео-арт, фотографию, дизайн и др. Следовательно медиаторчество выступает как актуальное направление, необходимое в реализации программ дополнительного образования учреждений культуры и досуга, направленное на то, чтобы обучить молодежь грамотному освоению потенциала медиатехнологий, преобразовывая пользователей в творцов, в создателей собственного контента, наполнение которого зависит во многом от степени вовлеченности человека в мир культурных ценностей.

### *Список литературы*

1. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежи: монография. – М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. – 243 с.
2. Литвинцева Г.Ю. Факторы влияния медиатизации социума на развитие культуры личности / Г.Ю. Литвинцева, Е.Н. Львова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – 2019. – №6–2. – С. 70–75.
3. Федоров А.В. Медиаобразование: история и теория. – М.: Информация для всех, 2015. – 450 с.