

УДК 37.01: 372.87

ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПОДРОСТКОВ В ПРОЦЕССЕ МЕДИАТВОРЧЕСТВА

Шешукова Е.И.

*ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», магистрант, Тюмень,
e-mail: katyusha-sheshuk@mail.ru*

Статья посвящена одному из важнейших проявлений социального развития подростка - «чувству взрослости». Предлагается развивать и реализовывать это новообразование через творчество, в частности – медиатворчество, создание социально ориентированных медиатекстов («социальных видеороликов»). Социальные видеоролики информируют общество об имеющихся проблемах, формируют общественное мнение, оказывают воспитательное воздействие на зрителя. Организация процесса создания медиатекстов подростками строится на основе технологии «коллективного творческого дела». Данная технология способствует формированию важных качеств личности, таких как совершенствование коммуникативных умений, приобретение навыков и способов конструктивного взаимодействия с окружающими. Коллективное творческое дело направлено на развитие личностных качеств, которые способствуют повышению самооценки, самостоятельности, организованности подростка, способствуют развитию рефлексивных умений. В статье рассмотрены этапы создания медиатекстов («социальных видеороликов») с точки зрения организации этого процесса как педагогического.

Ключевые слова: «чувство взрослости», медиатворчество, коллективное творческое дело, медиатекст (социальный видеоролик)

POSSIBILITIES OF SOCIAL DEVELOPMENT OF TEENAGERS IN THE COURSE OF MEDIA CREATIVITY

Sheshukova E.I.

Tyumen State University, student of a magistracy, Tyumen, e-mail: katyusha-sheshuk@mail.ru

Article is devoted to one of the most important manifestations of social development of the teenager - “feeling of a maturity”. It is offered to develop and realize this new growth through creativity, in particular – media creativity, creation of socially oriented media texts (“social videos”). Social videos inform society on the available problems, form public opinion, make educational impact on the viewer. The organization of process of creation of media texts by teenagers is under construction on the basis of technology of “collective creative business”. This technology promote formation of important qualities of the personality, such as improvement of communicative abilities, acquisition of skills and ways of constructive interaction with people around. Collective creative business is aimed at the development of personal qualities which promote increase in a self-assessment, independence, organization of the teenager, promote development of reflexive abilities. In article stages of creation of media texts (“social videos”) from the point of view of the organization of this process as pedagogical are considered.

Keywords: “feeling of a maturity”, media creativity, collective creative business, media text (social video)

Период подростничества является сложным периодом в жизни ребенка. Некоторые исследователи называют подростка в этот период маргинальной личностью, поскольку он уже не ребенок (имеет определенный социальный навык, мыслит иными категориями), но еще и не взрослый, поскольку не может полностью взять ответственность за жизнь других, производительно трудиться и выполнять ряд других функций взрослого.

Если говорить об особенностях этого возраста, то можно выделить такие, как формирование «Я-концепции», активная эмансипация от взрослых и родителей, формирование нравственного облика подростка, расширение сферы общения, половозрастная идентификация, повышенный интерес в противоположному полу, начальная стадия профессионального самоопределения, возможно проявление негативизма, открытого конфликта с взрослыми, повышенное проявление «чувства взрослости»

(И.Н. Емельянова, Р.С. Немов, Д.Б. Эльконин и др.). Последнее играет важнейшую роль в становлении личности в этот период. Поэтому актуально исследовать области реализации данного явления.

Д. Б. Эльконин определял чувство взрослости, как новообразование сознания, через которое подросток сравнивает себя с другими (взрослыми или товарищами), находит образцы для усвоения, строит свои отношения с другими людьми, перестраивает свою деятельность [9, с. 306].

Подростку необходимо быть самостоятельным, инициативным, но возникают противоречия между желанием подростка быть взрослым и возможностью материально, эмоционально, юридически быть таковым.

По мнению И.Н. Емельяновой лучший способ выхода «чувства взрослости» это общественная деятельность, где разрешается противоречие между стремлением к

самостоятельности и отсутствием для этого интеллектуальных, физических, социальных возможностей [1, с. 62].

В общественной деятельности ребенок может проявлять свою инициативу, изучать и формировать свои интеллектуальные, физические, коммуникативные, творческие и другие способности. Оказываясь в бурном информационном потоке, подросток зачастую не находит времени для раздумий, наблюдений, анализа внутреннего мира в поисках себя [2]. Занятия искусством и творчеством открывают перед ним такую возможность.

Остановимся подробнее на творческих способностях подростка, поскольку на наш взгляд — это та деятельность, которая позволяет развивать творческое и критическое мышление, мировоззрение, эстетическое сознание, развитие всего спектра эмоции, эмпатии, что является немаловажным в процессе развития личности.

Как отмечает Н.Н. Малахова, «опыт самопознания в познавательно-творческом взаимодействии является для школьника не только ситуативно значимой задачей, это возможный стратегический ресурс, способный стать источником эффективного интеллектуально-познавательного и социально-психологического развития личности» [5, с. 15].

Огромные возможности для развития творческих способностей открывает медиаторчество — видеосъемка и монтаж сегодня теоретически доступны каждому. Видеотворчество направлено на своеобразное общение с аудиторией, на установление определенных связей с ней, в основе которых находится индивидуально-эмоциональное взаимодействие [7].

Рассмотрим такой вид медиаторчества, как самостоятельное создание подростками социальных видеороликов. Таким образом, целью статьи является описание этапов создания медиатека (социальных видеороликов) на основе технологии коллективного творческого дела (КТД).

Как определяет автор методики И.П. Иванов, коллективное творческое дело — это совместная забота старших и младших об улучшении окружающей жизни, имеющая практический результат. Методика КТД является основой детских общественных объединений [3, с. 56].

Для нас интересен сам процесс организации коллективного творческого дела, поскольку он представляется в виде творческого и организационно-содержательного алгоритма, что для нас и представляет особый интерес в технологии КТД.

Этап 1. Предварительная работа. На данном этапе происходит обсуждение про-

блем, педагогических целей и задач. Решаются вопросы: Что лучше сделать? Для кого? Когда? Кто будет участвовать? и т.д. Например, предстоящую деятельность ребята могут посвятить празднику, событию. Происходящие в стране события (спортивные, культурные, социальные и др.) так же могут стать источником коллективного дела. Предстоящие мероприятия должны вызвать интерес к новым перспективам коллективной творческой жизни на радость и пользу себе и другим людям.

Этап 2. Коллективное планирование (поиск дела). На общем сборе заслушиваются и обсуждаются все варианты возможных дел, происходит отбор и создается свой проект дела.

Этап 3. Коллективная подготовка. Руководящий орган, совет дела уточняет, конкретизирует план подготовки и проведения КТД, затем организует его выполнение, поощряя инициативу каждого участника. Результатом становится некая картина действий: название КТД, видение результата, цели, задачи, ресурсы (что есть в нашем распоряжении), критические факторы успеха препятствия, задания.

Этап 4. Проведение дела. Приготовление перед началом дела, само проведение дела и его завершение, подведение итогов.

Этап 5. Коллективный анализ. Обсуждение на общем сборе результатов. Что нам удалось и почему? Что не получилось и почему? Какие уроки извлечем на будущее? Что больше всего понравилось? Чему научились? Чему и кого научил сам? Так же каждый высказывает свое мнение, положительные и отрицательные стороны проведения методики.

Этап 6. Ближайшее последствие. Полученные навыки, знания и умения проявятся в последующей практике жизнедеятельности коллектива.

Технология КТД содержит в себе большой педагогический потенциал, поскольку в ходе проведения подростки приобретают навыки общения, учатся работать совместно, делить успех и ответственность с другими, узнают друг о друге много нового. Таким образом, происходит два важных процесса — формирование коллектива и формирование личности. В процессе работы происходит взаимодействие людей разных возрастов, старшие помогают младшим, младшие учатся у старших, сверстники учатся понимать друг друга, сотрудничать друг с другом, находить компромиссы, налаживать деловые и товарищеские контакты.

Сам алгоритм работы и ее результаты представляются ценными при организации процесса медиаторчества подростков —

создании социальных видеороликов. Далее предлагается определить этапы подготовки и снятия социального ролика на основе КТД технологии. Начнем с определения понятия и целей создания данного вида медиатекста.

Социальный видеоролик или социальная реклама – это вид некоммерческой рекламы, направленной на изменение моделей общественного поведения и привлечения внимания к проблемам социума [7].

А.В. Ковалева в своей статье «Социальная реклама как объект социологического анализа» выделила следующие функции:

информационная – привлечение внимания общественности и ее информирование о наличии определенной социальной проблемы;

идеологическая - привитие определенных социальных ценностей общественности, изменение поведенческой модели, формирование общественного сознания;

социоинтегративная – обеспечение стабильности современных общественных систем;

воспитательная – создание социально одобряемых поведенческих установок [4, с. 98].

Из анализа функций можно сделать вывод о том, что создание видеороликов является общественно значимой деятельностью, в которой подросток сможет проявить свою самостоятельность и инициативу. При анализе технологии КТД и процесса медиатворчества образовался частично общий круг задач (приобретение коммуникативных, регулятивных, организационных навыков, умений конструктивного взаимодействия, возможность для творческой самореализации и т.д.). Итак, рассмотрим этапы создания социальных видеороликов.

Этап 1. Предварительная работа. Согласование темы социального ролика, целей и задач, определения целевой аудитории, определение к какой актуальной социальной теме он подойдет, какую социальную проблему он отражает.

Если исследовать опыт современного коллективного творческого дела, то наиболее популярными заданиями являются: создание проектов города будущего, языка межпланетного общения, обсуждение и постановка современных проблем спорта, культуры, региона, искусства, подготовка флэш-монов, социальных акций, капустников, концертов – в связи с этим ребята могут создать видеоролик на тему «Идеальный город», «Школа будущего». Например, выбрать актуальную тему «чистого спорта» в современном мире и сделать видеопослание юным спортсменам или же привлечь общественное внимание к проблемам со-

временного образования, интернет пользования и др.

Этап 2. Коллективное планирование. Необходимо придумать сюжет и написать сценарий. При этом нужно постоянно думать о том, что социальный ролик должен быть коротким и соответствовать цели. Распределение ролей.

Например, ребят заинтересовала тема «чистого спорта». Они могут в своем видео проиллюстрировать примеры выдающихся спортсменов. Подростки могут сыграть их в детстве, юности, когда атлеты достигали своей цели. Принятие роли на себя позволяет подростку почувствовать свою значимость в происходящем. Когда ребята пытаются сыграть известную личность - это способствует осознанному выбору, воспитанию чувства долга и ответственности. Проигрывание роли лидера, сильного духом и телом человека, частично, обуславливает и самочувствие ребенка в момент проигрывания роли. Вероятно, ребенок будет чувствовать прилив сил, бодрости, уверенности, что положительно отразится на настроении подростка. Возможно, ему так же захочется быть сильным, смелым, отважным. Положительный пример «заразительен». Таким образом, роли должны быть по большей части положительного характера, но имеет место быть и отрицательным ролям. Отрицательные действия натолкнут подростков на анализ поступков, последствий неправильного выбора, что так же будет способствовать развитию навыков принятия спорных решений.

Этап 3. Коллективная подготовка. Необходимо подготовить нужный реквизит, место, где будет происходить действие. Согласовать с взрослыми какие-то возникающие в ходе подготовки трудности.

Поиск реквизита - увлекательное дело, в ходе которого подросток может подключить и свою семью. Это может послужить неким механизмом сплочения и активизации общения с родителями, бабушками, дедушками. Ведь зачастую подростки в этот период активно отдаляются от родных, не находя у них поддержки и понимания.

Трудности, которые могут возникнуть в ходе подготовки, касаются разных вопросов. Это могут быть организационные вопросы: не разрешают видеосъемку в некоторых общественных местах, заболел один из актеров, не хватает нужного реквизита в день съемки и т.д.

Надо понимать, что хоть ребята и пробуют себя во взрослой роли, но они все равно при этом остаются детьми и некоторые выбивающиеся ситуации могут их дезориентировать и «взрослый» подросток вмиг

становится капризным и слабым ребенком. Поэтому на всех этапах необходима поддержка взрослого, чтобы, вовремя успокоить команду и настроить детей на предстоящую работу.

Этап 4. Проведение дела. Запись или съемка самого социального ролика в соответствии с написанным сюжетом. Далее монтаж ролика. Подростки могут выложить свой ролик на различные сайты, видеохостинги в интернет и социальные сети.

Создание социальных роликов – это совместная творческая деятельность подростков, нацеленная на достижение общего результата. Подростку необходимо быть единицей целого, чувствовать поддержку сверстника и значимость своей персоны. В процессе медиаторства возможны укрепление старых контактов и появление новых, открытие в себе новых талантов и способностей, появление нового хобби, возрастание роли родителей в жизни подростка. Обыгрывание других социальных ролей позволяет подростку переосмыслить себя как личность. В совокупности все эти факторы способствуют формированию навыков эффективного взаимодействия, саморегуляции и рефлексии, обогащают социальный опыт подростка, формируют чувства эмпатии и сопереживания. Подросток становится более «чувствительным» к изменениям социальным, экономическим, культурным, политическим, что делает его мобильным и гибким к быстро меняющимся условиям современной действительности.

Этап 5. Подведение итогов. Ребята после снятия социального ролика должны обсудить весь процесс. Они должны поделиться эмоциями, обсудить возникшие трудности, проблемы.

В процессе обсуждения ребята делятся своими эмоциями, что очень важно, поскольку подросток испытывает новые ощущения. Новая деятельность открыла в нем другие способы общения, поведения, участия. Возможно, в ходе обсуждения подростки увидят другие решения выбранной проблемы, увидят ее в новом свете, осознают ее значимость или же увидят бесполезность своего действия. И это тоже будет, однозначно, результат, поскольку в ходе анализа будут явно выявлены ошибки, которые станут хорошим стартом для новых начинаний. Сам процесс медиаторства влияет на сплоченность коллектива, объединяет его и усиливает связи в нем, учит подростка не бояться трудностей, проявлять свою инициативу, развивать критическое мышление, воспринимать множество информации из окружающей действительности и отбирать наиболее интересную для

себя и своих товарищей. Ответственность, забота, идея, культура общения, цель, деятельность – слагаемые успешного дела.

Этап 6. Ближайшее последствие. На данном этапе подростки по количеству просмотров, комментариев могут отследить популярность ролика и возможную реакцию общественности на него.

Когда подростки включаются в какую-либо деятельность, они так или иначе хотят доказать своим друзьям, семье, учителям свою состоятельность в этом деле. Хотят продемонстрировать свои знания, навыки. Элемент демонстративности присутствует почти в каждом их действии, поэтому последствия для него очень важны. Наверняка есть ожидания похвалы, признания. Пусть ребенок сделал неуверенные шаги, но незамеченными его деятельность оставлять нельзя. Это касается и общей темы самого видеоролика. Если он про спорт, то почему бы представителям этой сферы не сделать акцент на творчество детей, если это проект будущего, то почему его не взять во внимание и не продемонстрировать всему городу. Дети по-особому видят проблемы взрослых и зачастую они видят глубже, человечнее и дальновиднее.

Создание социальных роликов, в условиях интеграции технических возможностей и творческих идей и проектов, позволяет подросткам создавать особый контент медиатекстов и приобретать навыки эффективного взаимодействия, совершенствовать коммуникативные умения, процесс формирует организаторские способности, развивает личностные качества, которые способствуют повышению самооценки, самостоятельности, развитию рефлексивных умений, чувства связи с внешним миром.

Таким образом, в статье не утверждается, что видеотворчество и есть сама КТД технология. Была попытка проанализировать эти два явления и сопоставить их цели и задачи. В ходе анализа были выявлены общие педагогические задачи, нацеленные на развитие таких важных качеств подростка как саморегуляция и рефлексия. Этапы коллективного творческого дела стали основой для построения структуры создания социальных видеороликов. Каждый из этапов отражает содержание деятельности, а также ряд задач, нацеленных на развитие подростка. Важным остается то, что любая творческая совместная деятельность способствует социальному развитию личности подростка.

Список литературы

1. Емельянова И.Н. Возрастная педагогика: учеб. пособие. – Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2014. - 140 с.

2. Емохонова Л.Г., Малахова Н.Н. Мировая художественная культура. 11 класс (базовый уровень). Книга для учителя с поурочным планированием и сценариями отдельных уроков. - М.: Издательский центр «Академия», 2009. - 336 с.
3. Иванов И.П. Методика коммунарского воспитания. - М.: Академия, 1990.
4. Ковалева А.В. Социальная реклама как объект социологического анализа // Ученые записки ЗабГУ. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. - 2012. - № 4. - С. 96-100.
5. Малахова Н.Н. Диалог с миром и самим собой: автопортрет как форма самопознания и творческого самоопределения школьников // Сибирский учитель. - 2016. - № 1. - С. 14-17.
6. Немов Р.С. Психология. Книга 2. Психология образования. 2-е изд. - М.: Просвещение: ВЛАДОС, 1995. - 496 с.
7. Социальная реклама [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.socreklama.ru/analytics/glossary/?element_id=377 (дата обращения: 27.11.2016)
8. Шакирзянова Е.И. Медиатекст как продукт коммуникационной культуры [Электронный ресурс] // Научный форум: сайт. - URL: <http://nauchforum.ru/node/2777> (дата обращения: 30.11.2016)
9. Эльконин Д.Б. Детская психология. - М.: Академия, 2004. - 384 с.