

Соціальний проект

**«ОСВІТА ПРОТЯГОМ ВСЬОГО ЖИТТЯ. МЕДИЙНА ГРАМОТНІСТЬ
ДЛЯ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ»**

ЗМІСТ

1. ВСТУП

1.1. Актуальність розробки та впровадження проекту

1.2. Мета та завдання проекту

1.3. Бенефіціари проекту

1.4. Ресурси проекту

1.5. Основні етапи провадження

1.6. Рівень реалізованості

1.7. Очікувані результати

1.8. Ризики, які можуть вплинути на проект

2. ЗМІСТ ПРОЕКТУ

3. МЕТОДИ І ТЕХНОЛОГІЇ ПРОЕКТУ

4. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ВСТУП

Підвищуючи власну медіаграмотність, людина отримує чіткіше уявлення про межу між реальним світом і світом, що створили для неї мас-медіа.

Дж. Поттер

1.1. Актуальність розробки та впровадження проекту

Людство постійно розвивається. До того ж темп змін невинно пришвидшується. І для людини, і для країни стає дедалі важливіше вміти реагувати на ці зміни, щоб не залишитися осторонь прогресу. Ми спостерігаємо появу нових і нових медіа, які використовують технології, що ще вчора здавалися казковими. Сучасна людина для успішної життєдіяльності не може бути осторонь інформаційних потоків. Але головна складність нині не в тому, щоб отримати певну інформацію, а в тому, щоб визначити, яка інформація потрібна. Величезний надлишок інформаційної пропозиції призводить до того, що сучасна людина ризикує «потонути» в інформаційному морі. На жаль, багато сучасних медіа не перевіряють достовірність оприлюднених даних, нормою стало використання численних маніпулятивних технологій, спрямованих або на безпідставне формування позитивного іміджу замовників, або на очорнення їхніх конкурентів.

Всесвітній економічний форум (The World Economic Forum), який відбувся в м. Давосі у 2016 році, опублікував свою доповідь The Future of Jobs, в якій визначив ТОП-10 компетенцій, що будуть найбільше цінуватися серед роботодавців у 2020 році (перелік 10 кращих навичок 2020 р.), тому саме другу сходинку займає – критичне мислення (critical thinking). Ця компетенція також входить в число ключових і в прогнозах на 10-15 років. Через велику кількість й легкодоступність інформації зростає необхідність навичок її відбору, правильного переосмислення.

Для перевірки доцільності впровадження соціального проекту в даному регіоні у вересні 2016 року за ініціативи громадської організації Освітній Центр «Університет третього віку», що функціонує у місті Миколаєві на базі спеціальності «Соціальна робота» Миколаївського національного університету

імені В.О.Сухомлинського, було проведено серію одноразових трьохденних тренінгів «Як боротися з маніпуляціями в медіа» для людей похилого віку у загальній кількості – 47 осіб, за підтримки громадської організації «Центр Поділля-Соціум» м. Вінниця та «Представництва німецької (неурядової) організації Німецьке об'єднання народних університетів» (DVV International). У ході роботи було проведено дослідження у вигляді анкетування, яке показало, що 89% опитуваних виявили бажання й надалі навчатися медійній грамотності та опановувати навички критичного мислення.

1.2. Мета та завдання проекту

Мета: розвиток навичок критичного мислення для усунення можливості маніпулювання людьми похилого віку через навчання їх медійній грамотності.

Завдання:

1) формування медіа-імунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіа-середовищу;

2) розвиток рефлексії і критичного мислення як психологічних механізмів медіа-грамотності, що забезпечують свідоме споживання медіа-продукції на основі ефективного орієнтування в медіапросторі та осмислення власних медіа-потреб;

3) консолідація спільних зусиль організацій/закладів соціального захисту, що працюють з літніми людьми на досягнення спільної мети – захисту людей похилого віку від дезінформації та маніпуляцій;

4) навчання та підготовка студентів-волонтерів у якості тренерів з медіа-освіти, які мають бажання працювати у даному напрямку з людьми похилого віку, а також розробка посібників, брошур, інформаційних буклетів та тренінгових програм.

1.3. Бенефіціари проекту

Прямі бенефіціари:

1) пенсіонери-слухачі Освітнього Центру «Університет третього віку», що працює на базі спеціальності «Соціальна робота» Миколаївського національного університету ім. В.О.Сухомлинського;

2) клієнти територіальних центрів соціального обслуговування та інших закладів соціального захисту у Миколаєві та Миколаївській області;

3) студенти-волонтери та викладачі-волонтери спеціальності «Соціальна робота» Миколаївського національного університету ім. В.О.Сухомлинського.

Непрямі бенефіціари:

1) випадкові люди, що підлягають під дану вікову категорію та які мають чи виявили бажання навчатися основам медіа-грамотності;

2) проект матиме непрямий вплив на загальне населення м. Миколаєва, де буде проведено інформаційні компанії, а також конкурси місцевих ініціатив із проведення заходів медійної грамотності.

1.4. Ресурси проекту

Наявними ресурсами проекту є:

1) інформаційними ресурсами проекту є інформаційні продукти (буклети, брошури, плакати, фото-, аудіо-, відеоматеріали, прес-релізи), що передбачає поширення даних продуктів у громаді через засоби масової інформації;

2) науково-методичні – наукові та методичні розробки у формі посібників, статей, методичних рекомендацій, а деякі матеріали будуть доповідатися на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Теоретичні та практичні засади соціалізації людей похилого віку», яка відбудеться 18-19 травня 2017 року у Миколаївському національному університеті імені В.О.Сухомлинського;

3) кадровими ресурси проекту є студенти-волонтери у якості тренерів з медіа-освіти, залучення викладачів-волонтерів з комп'ютерної грамотності та іноземних мов у разі необхідності.

Ресурси, які необхідно залучити:

1) матеріально-технічні – проектор, ноутбук, мікрофон, м'який інвентар, поліграфічна продукція, фото-, аудіо-, відеоапаратура, предмети обладнання приміщень меблями, канцелярські товари.

1.5. Основні етапи впровадження

Впровадження проекту буде виконуватись в декілька основних етапів:

1) підготовка студентів-волонтерів в якості тренерів з медіа-освіти для роботи з людьми похилого віку;

2) підготовка медіа-студій для проведення серії тренінгів з основ медіа-грамотності, а саме облаштування необхідного обладнання (спеціальних стільчиків, проектор, ноутбук, мікрофон і т.д.), забезпечення наявності роздаткових матеріалів (роздруківки для практичної роботи, вирізки із журналів, газети і т.д.), а також канцелярських засобів (ручки, маркери трьох кольорів, папір для фліпчарту, індивідуальні папки, бейджики, папір формату А4 і т.д.);

3) забезпечення інформаційної підтримки діяльності медіа-студій (зв'язок з громадськістю, видання рекламних матеріалів, брошур з основ медіа-грамотності, інформаційно-методичних матеріалів для цільової групи клієнтів і т.д.).

1.6. Рівень реалізованості

Даний соціальний проект розробляється у Освітньому Центрі «Університет третього віку» на базі спеціальності «Соціальна робота» Миколаївського національного університету ім. В.О.Сухомлинського та знаходиться у стані реалізації за планом з 01.03.2017 р. по 01.09.2017 р.

На даний час проект знаходиться на I-му підготовчому етапі розробки та реалізації, а саме:

- 1) аналіз стану досліджуваної проблеми на сьогодні;
- 2) документальне та методичне забезпечення;
- 3) розробка загальної концепції, навчального плану та програми тренінгів;
- 4) підготовка методично-інформаційних матеріалів;
- 5) налагодження зв'язків з громадськістю.

1.7. Очікувані результати

Після втілення у життя даного соціального проекту передбачається формування у людей похилого віку поглибленого розуміння ролі інформації в сучасних умовах, значення засобів мас-медіа та інформаційних технологій в управлінні масовою свідомістю. Дана цільова категорія проекту навчиться протистояти інформаційним атакам та регулювати інформаційні потоки, виділяти деякі психологічні аспекти пропаганди і соціальної реклами (переконання, навіювання, зараження, наслідування, і як наслідок маніпуляція масовою свідомістю), зможе оперувати навичками контент-аналізу текстів з проблем інформаційного протиборства, сприятиме здатності до критики і самокритики, роботи в колективі, визначати які стратегії допомагають застосовувати навички критичного мислення при роботі з інформацією. І результатом стане вміння краще відрізнити правдиву інформацію від недостовірної, більш об'єктивно оцінювати ті чи інші події і факти. Подальше просунення інтересів проекту може створити умови для його впровадження в інших регіонах України. Розроблена програма тренінгів може бути використана рядом організацій, що проводять виявлять бажання працювати у сфері медіа-грамотності та розвитку навичок критичного мислення.

Кількісні зміни: зросте кількість студентів (приблизно 30 чоловік), які матимуть не лише теоретичну, а й практичну підготовку для професійної роботи з людьми похилого віку/ зросте кількість пенсіонерів (приблизно 100-150 чоловік), які будуть озброєні навичками, уміннями та знаннями роботи з сучасними мас-медіа.

Якісні зміни: підвищення рівня знань, умінь і навичок студентів-волонтерів у сфері медіа-освіти, поліпшення інтелектуального, емоційного, психологічного, духовного стану людей похилого віку.

1.8. Ризики, які можуть вплинути на проект

Наступні ризики можуть вплинути на проект:

1) мотивація представників служб, які братимуть участь у проекті, до співпраці/ об'єднання ресурсів у сфері медіа-грамотності для людей похилого віку може виявитися низькою;

2) небажання/низька зацікавленість цільових груп у відвіданні заходів проекту;

3) через політичні зміни може виникнути потреба в додатковому часі для погодження концепції проекту з новими посадовцями, а це може затримати початок його виконання.

2. ЗМІСТ ПРОЕКТУ

Запропонований соціальний проект **«Освіта протягом всього життя. Медійна грамотність для людей похилого віку»** – це пошук нових інноваційних підходів для освітньої роботи з людьми літнього віку, які б володіли сучасними методами багатоаспектної інформаційної діяльності.

План реалізації соціального проекту			
№	Назва етапу	Опис заходів для здійснення етапу	Очікувані результати від здійснення етапу
1.	Підготовчий етап	Документальне та методичне забезпечення проекту. Розробка загальної концепції, навчального плану та програми тренінгів. Підготовка методично-інформаційних тренінгових матеріалів. Підготовка медіа-студій. Залучення ЗМІ для висвітлення діяльності проекту. Налагодження зв'язку з організаціями/установами, які працюють з даною категорією населення у Миколаєві та Миколаївській обл. для консолідації спільних зусиль у сфері медіа-грамотності.	Підготовка необхідної документальної бази для ефективного здійснення проекту, розробка робочої концепції, плану та програм тренінгів, підготовка декількох статей для поширення у засобах масової інформації.
2.	Пілотний етап	Підготовка студентів-волонтерів в якості тренерів з медіа-освіти для роботи з людьми похилого віку. Проведення тренінгу на тему: «Абетка медійної грамотності для людей похилого віку».	Аналіз позитивних та негативних результатів, за необхідністю – внести зміни до навчально-тренінгової програми. Збільшення кількості студентів-волонтерів, які б набували професійних навичок у роботі з даною категорією у сфері медіа-освіти.
3.	Етап навчання	Підготовка та проведення навчальних тренінгів для людей	Забезпечення наявності технічних засобів наочності

		похилого віку на тему: «Як боротися з маніпуляціями в медіа просторі»	(проектор, ноутбук, мікрофон) канцелярії (роздаткові матеріали, фліпчарт, маркери, папір формату А4 і т.д.)
4.	Етап поширення інформації	Забезпечення інформаційної підтримки.	Зв'язок з громадськістю, видання рекламних матеріалів, брошур з основ медіа-грамотності, інформаційно-методичних матеріалів для цільової групи клієнтів. Мобілізація зусиль ОЦ УТВ та керівників/працівників організацій в районних центрах для здійснення спільної діяльності у сфері медіа-освіти, обмін досвідом, налагодження зворотнього зв'язку.
5.	Етап підведення підсумків	Проведення круглого столу за результатами проекту, складання звітів проведеної роботи.	Підведення підсумків проекту, створення рекомендації щодо подальшої діяльності у даному напрямку, складання загального звіту на базі отриманих звітів.

3. МЕТОДИ І ТЕХНОЛОГІЇ ПРОЕКТУ

Для реалізації соціального проекту **«Освіта протягом всього життя. Медійна грамотність для людей похилого віку»** та з метою досягнення поставлених цілей використовували наступні методи:

- 1) теоретичні – аналіз наукової літератури для з'ясування змісту базових понять дослідження;
- 2) емпіричні – порівняння, спостереження, анкетування для вивчення стану досліджуваної проблеми та перевірки ефективності впровадження проекту;
- 3) статистичні – методи математичної статистики для одержання кількісно-якісної характеристики результатів дослідження.

Використання даних методів дає змогу отримати практичну, теоретичну та пізнавальну значущість очікуваних результатів.

4. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П.Демешко та К. Макєєв; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української Преси, 2011. – 262 с.
3. Валерій Іванов Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник/ За науковою редакцією В. В. Різуна – К.: Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
4. Різун В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.
5. Холостова Є.І. Соціальна робота з людьми похилого віку: Навчальний посібник Є.І. Холостова - М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашков і Ко», 2002 - 295.
6. Холостова Є.І. Літня людина в суспільстві. - М.: Соціально-технологічний інститут, 1999. - 320 с.
7. Холостова Є.І., Дементьєва Н.Ф. Соціальна реабілітація: навчальний посібник. - М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашков і К», 2002. - 340 с.
8. Соціальна робота: Навчальний посібник /Під ред. А.М.Панова, Е.И. Холостовой. - М.: Соціально-технологічний інститут, 1997. - 234 с.
9. Соціальна робота /Під загальною редакцією проф. В.И.Курбатова. - М., Ростову-на-Дону, «Фенікс», 1999, 576 с.
10. Яцемирська Р.С., Біленька И.Г. Соціальна геронтологія. - М.: Владос, 1999.-202 с.