

სსიპ - ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
განათლებისა და მეცნიერებათა ფაკულტეტი  
პედაგოგიკურ მეცნიერებათა დეპარტამენტი

## რუსუდან ქავთარაძე

### მედიაპედაგოგიკა - რეალობა და პერსპექტივები ქართულ სინამდვილეში

სადისერტაციო ნაშრომი წარმოდგენილია განათლების აკადემიური  
დოქტორის ხარისხის მოსაპოვებლად

სპეციალობა: სოციალური პედაგოგიკა

## დ ი ს ე რ ტ ა ც ი ა

მეცნიერ-ხელმძღვანელი:

ციალა მეგრელაძე, პედაგოგიკის მეცნიერებათა დოქტორი

ბათუმი - 2012

## შინაარსი

შესავალი .....	3
<b>თავი პირველი</b>	
<b>მედიაპედაგოგიკა, როგორც განათლების მეცნიერების ახალი სპეციფიკური დარგი .....</b>	<b>18</b>
§ 1. მედიაპედაგოგიკის ზოგადი საკითხები .....	18
§ 2. მედიაპედაგოგიკის განვითარების რეალობა და პრობლემები .....	31
§ 3. მედია და ბავშვთა უფლებების დაცვა .....	51
<b>თავი მეორე</b>	
<b>მედიასივრცის გავლენა ბავშვის ცხოვრებაზე .....</b>	<b>61</b>
§ 1. მედიასაშუალებების ძირითადი მახასიათებლები .....	61
§ 2. საბავშვო გადაცემებისადმი დამოკიდებულება .....	81
§ 3. მედიასივრცე ოჯახში .....	96
3.1. მედიის უარყოფითი გავლენა და მისი რეგულირების საშუალებები .....	108
<b>თავი მესამე</b>	
<b>მედიაპედაგოგიკა - პიროვნების განვითარებისა და სოციალური ადაპტაციის ხელშემწყობი .....</b>	<b>124</b>
§ 1. მედიარესურსები სასწავლო-აღმზრდელობითი საქმიანობისათვის .....	124
1.2. ინფორმაციის შერჩევის პრინციპები.....	135
§ 2. მედიასაშუალებების გამოყენებასთან დაკავშირებული ფსიქოლოგიური პრობლემები .....	144
2.1. პედაგოგის მზადყოფნა მედიის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოყენებისათვის .....	150
<b>თავი მეოთხე</b>	
<b>მედიაპედაგოგიკის პერსპექტივები .....</b>	<b>153</b>
§ 1. მედიაპედაგოგიკის კონცეფცია. მისაღწევი მედიაკომპეტენციები .....	153
§ 2. მედიის სასწავლო პროცესში გამოყენების ეფექტური საშუალებები .....	163
<b>დასკვნები .....</b>	<b>177</b>
<b>გამოყენებული ლიტერატურა .....</b>	<b>182</b>

## შესავალი

**თემის აქტუალობა:** თანამედროვე მასობრივი ინფორმაციისა და კომუნიკაციის საშუალებები ქმნიან განსხვავებულ შესაძლებლობებს, რომელთა გამოყენება საგანმანათლებლო პროცესში საგრძნობლად ცვლის ამ პროცესის შინაარსს, მიზნის მისაღწევ მეთოდებს, მასწავლებლის, მოსწავლის, მშობლის როლს, შედეგების ხარისხს.

ინფორმაციული საზოგადოების განვითარებასთან დაკავშირებულია საგანმანათლებლო სისტემების რეფორმები, სადაც მოსწავლე არის არა მხოლოდ პედაგოგიური საქმიანობის ობიექტი, არამედ განმავითარებელი პროცესის აქტიური სუბიექტიც.

საქართველოს ზოგადსაგანმანათლებლო დაწესებულებების ახალი სასწავლო საგნობრივი პროგრამები მოიცავს მისაღწევ სტანდარტებს, რომლებიც ითვალისწინებს მოსწავლის მიერ არა მხოლოდ ცოდნის ფლობის, არამედ ინფორმაციის მოძიების, დახარისხების, გამოყენების უნარ-ჩვევების განვითარების უზრუნველყოფას. ეროვნული სასწავლო გეგმა (2011) ყველა საგნისთვის განსაზღვრავს მისაღწევ, გამჭოლ პრიორიტეტულ კომპეტენციებს, მათ შორისაა კომპეტენცია „მედიაწიგნიერება“, რომლის მიხედვითაც: „საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარების შედეგად, თანამედროვე სამყაროში, ტრადიციულ ტექსტებთან ერთად, მნიშვნელოვანი ადგილი დაიკავა მულტიმედიურმა ტექსტებმა, რომლებიც ერთდროულად იყენებს ენობრივ, ხმოვან და ვიზუალურ საშუალებებს. გარდა ამისა, თანამედროვე მსოფლიოში მედია ყველაზე მძლავრი კულტურული იარაღია, რომელმაც ადამიანის ცხოვრების ყველა სფერო მოიცვა. ამიტომ, აუცილებელია, მოსწავლემ შეძლოს, ერთი მხრივ, ამ ახალი სტილისა და მრავალგვარი ფორმის მულტიმედიური ტექსტების აღქმა-გააზრება, ინტერპრეტირება, გამოყენება და შექმნა, მეორე მხრივ, მედიასამყაროში ორიენტირება, სწორი არჩევანის გაკეთება (ინფორმაციის „გაფილტვრა“) და მიღებული ინფორმაციის კრიტიკულად შეფასება. ამ თვალსაზრისით, მედიაწიგნიერება ხელს უწყობს კრიტიკული აზროვნების განვითარებას” (ეროვნული 2011:25).

ბოლო წლებში საქართველოს სკოლების დიდი ნაწილი აღიჭურვა მედიატექნიკური რესურსებით (კომპიუტერი, ინტერნეტი, პროექტორი).

ფართოვდება მედიასივრცე ოჯახურ პირობებში (ტელევიზორი, კომპიუტერი, ინტერნეტი, მობილური ტელეფონი), რაც მოითხოვს ახალი მიდგომების დანერგვას.

მედიაპედაგოგიკა ახალი დარგია პედაგოგიკურ მეცნიერებაში. „მედიაგანათლება – ეს არის პიროვნების განათლება და განვითარება მასობრივი კომუნიკაციების (მედია) დახმარებითა და იმ რესურსების საშუალებით, რომელთა მიზანია მედიასთან ურთიერთობის კულტურის ფორმირება, შემოქმედებითი, კომუნიკაციური, კრიტიკული აზროვნების, ინტერპრეტაციის უნარის, მედიატექსტების ანალიზის განვითარება, მედიატექნიკისა და თვითგამოხატვის განსხვავებული ფორმების სწავლებაში გამოყენება“ (Фёдоров, 2001:38).

მედიაპედაგოგიკასთან დაკავშირებული პრობლემატიკით დაინტერესება იზრდება როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე საერთაშორისო დონეზე, რაც გამოიხატება სხვადასხვა ქვეყანაში მედიაგანათლების სისტემების გაძლიერებითა და საერთაშორისო ორგანიზაციების გააქტიურებით.

აქვე აღვნიშნავთ, რომ სამეცნიერო ლიტერატურაში (Фёдоров 2010) ძირითადად გამოყენებულია ტერმინი „მედიაპედაგოგიკა“, მსგავსად პედაგოგიკურ მეცნიერებათა სხვა დარგებისა – „სოციალური პედაგოგიკა“, „იურიდიული პედაგოგიკა“ და ა. შ. ამასთან, ბოლო პერიოდში, გაურკვეველი მიზეზის გამო, ტერმინი „პედაგოგიკა“ ზოგან ჩაანაცვლა ტერმინმა „განათლება“. თუმცა გვხვდება ორივე ვარიანტი. რადგან თემაზე მუშაობის დაწყების წინ მედიაპედაგოგიკა განათლების მეცნიერების ერთ-ერთ დარგად იყო წარმოდგენილი, ნაშრომში დავტოვეთ ტერმინი „მედიაპედაგოგიკა“, თუმცა ვიყენებთ ტერმინს „მედიაგანათლება“. ნაშრომში ორივე ტერმინი გამოიყენება ერთნაირ კონტექსტში.

მნიშვნელოვანია გაეროს განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (UNESCO) მიერ შექმნილი საერთაშორისო პალატა „ბავშვები, ახალგაზრდობა, მედია“. პალატის მიერ XXI საუკუნის კულტურულ-პედაგოგიური განვითარების პრიორიტეტულ სფეროდ განსაზღვრულია მედიაგანათლება, რომელიც ეხმარება თანამედროვე ადამიანს, გააფართოოს და გაამდიდროს საკუთარი სულიერი სამყარო, კულტურა; იყოს უფრო მეტად ინფორმირებული, უკეთ მოემზადოს დასაქმებისათვის, დამოუკიდებელი ცხოვრებისათვის.

მედიაპედაგოგიკის პრობლემებმა ფართო ადგილი დაიკავა დიდი ბრიტანეთის, კანადის, ავსტრიის, აშშ-ის, ირლანდიის, რუსეთის, ფინეთის, ნორვეგიის, დანიის საფრანგეთის, გერმანიის და სხვა ქვეყნების საგანმანათლებლო საქმიანობაში.

1987 წელს ევროსაბჭომ დაამტკიცა „მედიაგანათლებისა და ახალი ტექნოლოგიების რეზოლუცია“, სადაც მედიაგანათლებას უდიდესი მნიშვნელობა მიენიჭა. რეზოლუციის თანახმად, მედიაგანათლება უნდა იწყებოდეს რაც შეიძლება უფრო ადრეულ ასაკში და გრძელდებოდეს სასკოლო წლების განმავლობაში, როგორც აუცილებელი საგანმანათლებლო დისციპლინა.

ევროსაბჭომ 2000 წელს შეიმუშავა რეკომენდაცია საპარლამენტო ასამბლეისთვის მედიაგანათლების შესახებ, სადაც აღნიშნულია: „მედიაგანათლება შეიძლება განვიხილოთ, როგორც სწავლების ისეთი ფორმა, რომელიც მიმართულია მედიაკომპეტენციების განვითარების, მედიის მიმართ კრიტიკული და დამაფიქრებელი დამოკიდებულებების ჩამოყალიბების, ჰარმონიულად განვითარებული მოქალაქეების აღზრდისაკენ, რომლებიც შეძლებენ საკუთარი აზრის ფორმირებას მათ ხელთ არსებული ინფორმაციის საფუძველზე.

მედიაგანათლება მისცემს მათ საჭირო ინფორმაციისადმი ხელმისაწვდომობის, მისი გაანალიზების საშუალებას, ეკონომიკური, პოლიტიკური, სოციალური თუ კულტურული პრიორიტეტების განსაზღვრის შესაძლებლობას და ა. შ. მედიაგანათლება გვასწავლის საკუთარი გზავნილების შექმნასა და ინტერპრეტაციას, კომუნიკაციისათვის საუკეთესო მედიასაშუალებების შერჩევას და, საბოლოო ჯამში, მნიშვნელოვან ზეგავლენას მედიაპროდუქციის დაგეგმარებასა და წარმოებაზე. მედიაგანათლება აძლევს ადამიანებს საშუალებას – გამოიყენონ სიტყვის თავისუფლებისა და ინფორმაციის მიღების უფლება, რაც წარმოადგენს არა მარტო უპირატესობას პირადი სრულყოფისათვის, არამედ ხელს უწყობს ჩართულობას საზოგადოებაში. ამ მხრივ მედიაგანათლება ადამიანებში ავითარებს დემოკრატიულ ფასეულობებს, პოლიტიკურ ცნობიერებას“ (ევროსაბჭო - 2000).

2007 წლის ივნისში ჩატარებულმა UNESCO-ს პარიზის კონფერენციამ განსაზღვრა საერთაშორისო საზოგადოების კონსოლიდაციის აუცილებლობა მედიაგანათლების სამომავლო განვითარებისა და გავრცელების თვალსაზრისით.

ცნობილი პედაგოგი – ლ. მ. ბაჟენოვა აღნიშნავს: „აუცილებელია, მოსწავლეთა მიერ სხვადასხვა მედიასაშუალებებთან ურთიერთობის გამოცდილების გათვალისწინებით, დავეხმაროთ მათ აღნიშნული მედიასაშუალებებების შემეცნებაში, აუცილებელი აქცენტების გადანაწილებაში. აი, მაშინ მედიასაშუალებები არა მხოლოდ ხელს არ შეუშლიან ბავშვების ნორმალურად განვითარების პროცესს, არამედ, პირიქით, ხელს შეუწყობენ მას. ბავშვებთან მუშაობის გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ ბავშვების მედიაკულტურის ფორმირებისას ჩვენ ხელს ვუწყობთ მათ ზნეობრივ-ესთეტიკურ, ინტელექტუალურ განვითარებას, ვუვითარებთ სწორ მეტყველებას, კომუნიკაციურ მახასიათებლებს, შემეცნებით და კოგნიტურ უნარ-ჩვევებს. ამგვარად, მოსწავლეთა მედიაგანათლების პროცესში ჩვენ არა მხოლოდ ვეხმარებით მათ თავი გაართვან ცხოვრებასა და მოღვაწეობას სხვადასხვა ხასიათის მხატვრული ინფორმაციის სამყაროში, არამედ ხელს ვუწყობთ მათ განვითარებას” (Баженова 2004:7).

ტერმინ „მედიაში“ იგულისხმება მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები (ბეჭდვითი, რადიო, ტელევიზია, კინო, რეკლამა და ა. შ.), რომლებიც განკუთვნილია ინფორმაციის შექმნისათვის, ჩაწერისათვის, გამრავლებისათვის, გამოცემისათვის, შენახვისათვის, გავრცელებისათვის, აღქმისათვის, შემდგომში კი – ამ კონკრეტული ინფორმაციის ავტორსა და ფართო აუდიტორიას შორის გაცვლისათვის. ამასთან, „მედია“ განიხილება, როგორც ადამიანის მიერ გარე სამყაროს აღქმის კომპლექსური საშუალება (მის სოციალურ, მორალურ, ფსიქოლოგიურ, მხატვრულ და ინტელექტუალურ ასპექტებში).

არსებობს მედიის კლასიფიკაციისადმი განსხვავებული მიდგომები, იმის მიხედვით, თუ რა კრიტერიუმებით განსაზღვრავენ ამ კლასიფიკაციის სათავეს. ტრადიციულად, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები იყოფა ინფორმაციის გადაცემის გზის მიხედვით (ბეჭდური მედია, რადიო, ტელევიზია, კინო, ვიდეო, ინტერნეტი და ა. შ.) და აღქმის საშუალებების მიხედვით (ვიზუალური, აუდიო, აუდიოვიზუალური). ზემოთ აღნიშნული კლასიფიკაციები, უპირველეს ყოვლისა, განისაზღვრება იმ ნიშანთა ერთობლიობის სხვაობით, რომლებიც გამოიყენება სხვადასხვა სახის მედიასაშუალებებში. მაგალითად, ბეჭდურ მედიაში წარმოდგენილია ორმაგი ნიშანთა სისტემა – ბეჭდური ენა და ვიზუალური ნიშნები

(სურათები, ნახატები, კარიკატურები), ასევე, სხვადასხვა სახის შრიფტული ფორმისა და ტექსტის განლაგების საშუალებები. რადიოსთან მიმართებაში, უნდა აღინიშნოს მისთვის დამახასიათებელი სტრუქტურა: ზეპირმეტყველება + ბუნებრივი ბგერები (ხმაური), მუსიკა. აუდიოვიზუალური მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების შემთხვევაში (ტელევიზია, კომპიუტერი, ინტერნეტი) ინფორმაციის გადაცემა და აუდიტორიაზე ზემოქმედება ხდება ე. წ. „ცოცხალი“ გამოსახულების საფუძველზე.

საგანმანათლებლო ფუნქციების ჭრილში ელექტრონული მედიასაშუალებების განხილვის დროს, მნიშვნელობას იძენს შესაბამისი მედიაპროექტების კლასიფიკაცია და მათი საგანმანათლებლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოყენება. ინტერნეტრესურსების მიხედვით, დაკვირვება ცხადყოფს, რომ საზღვარგარეთის მეცნიერებაში, უპირველეს ყოვლისა, მნიშვნელობას ანიჭებენ განათლების ინფორმაციულ ტექნოლოგიებს და მათი შესაბამისი პროგრამებით უზრუნველყოფას, ეროვნულ განათლებაში უმთავრესი როლი აკისრია ელექტრონულ გამომცემლობებს, ზოგადად, ელექტრონულ რესურსებს.

ელექტრონულ გამოცემებს განასხვავებენ:

✓ ბეჭდური ეკვივალენტის არსებობის მიხედვით (ელექტრონული ანალოგი, დამოუკიდებელი გამომცემლობა);

✓ ინფორმაციის ბუნების მიხედვით (ტექსტური, მხატვრული, აუდიო, მულტიმედიური, ვიზუალური, პროგრამული);

✓ მიზანმიმართულების მიხედვით (ოფიციალური, სამეცნიერო, პოპულარული, წარმოებით-პრაქტიკული, ნორმატიული, საგანმანათლებლო, მასობრივ-პოლიტიკური, საინფორმაციო, გასართობი, სარეკლამო, მხატვრული გამომცემლობა);

ჩამოთვლილთაგან სტანდარტების მიხედვით საგანმანათლებლო გამომცემლობებს მიესადაგება: საგანმანათლებლო, სამეცნიერო, მხატვრული ელექტრონული გამომცემლობა, რომლის ძირითად მიმართულებებს წარმოადგენს: ინფორმაციულ-საცნობარო, საგანმანათლებლო, საერთო-კულტურული მიმართულებები.

XXI საუკუნის ადამიანისთვის მასმედიის საშუალებათა გაგებისა და შეფასების უნარი წარმოადგენს ცოდნისა და კულტურის ისეთივე აუცილებელ და მნიშვნელოვან ფორმას, როგორსაც წერა-კითხვა. დღესდღეობით, საზოგადოების მედიაგააქტიურების პირობებში, მნიშვნელოვანია, ხელი შევუწყოთ

მედიასაშუალებებისადმი გონივრულად კრიტიკული დამოკიდებულების, ჯანსაღი აღქმისა და მედიაინფორმაციის შეფასების ფორმირებას ჯერ კიდევ სასკოლო ასაკში. ჩამოყალიბებული მედიაკულტურა გვეხმარება განვასხვაოთ ნამდვილად ფასეული ინფორმაცია, ნაწარმოები და მონაცემები საინფორმაციო „ფუჩეჩისგან“ (რადგან მასმედია ყოველთვის როდი თესავს სიკეთეს, ჭეშმარიტებასა და სიმართლეს), ამავდროულად, თანამედროვე მედიასაშუალებებთან ურთიერთობა მოზარდებში განავითარებს შემოქმედებით უნარებსა და გონებრივ აქტივობას.

მედიაპედაგოგიკა თავისი შინაარსით ერთგვარად უკავშირდება მედიაკრიტიკას, თუმცა, ჯერჯერობით, ისინი იზოლირებულად ვითარდებიან. აუცილებელია, შეიქმნას ჩამოყალიბებული, ერთიანი სისტემა, რომელიც, მაგალითად, ზედამხედველობას გაუწევს და შეზღუდვებს დაუწესებს ძალადობის ამსახველ სიუჟეტებს ეკრანებზე. პედაგოგებსა და ჟურნალისტებს შორის თანამშრომლობის მაგალითები ძნელად საპოვნია, მაშინ, როცა ძალადობისა და კრიმინალის ამსახველი პუბლიკაციების რაოდენობა პრესაში, სატელევიზიო რეპორტაჟებსა და ფილმებში დღითი დღე იზრდება, რასაც თან ახლავს ყველა ის უარყოფითი შედეგი, რაც ზეგავლენას ახდენს დღევანდელ საზოგადოებაზე.

„მედიაგანათლება მოიცავს ყველა სოციალურ-პედაგოგიურ, სოციალურ-პოლიტიკურ და სოციალურ-კულტურულ იდეას და ღონისძიებებს (ბავშვებისათვის, ახალგაზრდებისათვის, ზრდასრულებისათვის, მოხუცებისათვის), რომლებიც ეხება მათ კულტურულ ინტერესებს და განვითარების შესაძლებლობებს, სამსახურში დაწინაურების შანსებს, ოჯახური ცხოვრებისა და უქმე დღეების გატარების გაუმჯობესებას, ასევე, მათი პოლიტიკური თვითგამოვლენისა და მონაწილეობის შესაძლებლობების გაუმჯობესებას; ამავდროულად, მთელი ყურადღების ფოკუსირებას ის ახდენს საინფორმაციო და კომუნიკაციურ ტექნოლოგიებზე – მათი სოციალური და კულტურული ცხოვრებიდან გამომდინარე“ (BAACHE 1989:20).

მეცნიერ-მკვლევრების – ა. ფეოდოროვისა და ი. ჩელიშევას მიხედვით, „მედია მიმართულია მასობრივი მედიასაშუალებების რესურსების მრავალჯერად გამოყენებაზე, პიროვნების ინტელექტუალურ-სულიერი განვითარების, მასობრივი ინფორმაციის სწორი და ეფექტური გამოყენების სწავლების, მედიანიუსების დამოუკიდებელი ანალიზისა და შეფასების კომპეტენციის განვითარების მიზნით.



მედია ხელს უწყობს თანამედროვე ადამიანის სულიერი სამყაროს, კულტურის გამდიდრებას და მის მომზადებას ინფორმაციულ გარემოში სრულფასოვნად ცხოვრებისათვის“ (Челышева 2002:266).

კანადის მედიაპედაგოგიკის ერთ-ერთი ლიდერი, კ. ვორსნოპი, თვლის, რომ „აუცილებელია მედიის შესწავლა არა მხოლოდ იმიტომ, რომ გადავცეთ მოსწავლეებს ესა თუ ის ცოდნა, არამედ იმიტომ, რომ მედია დღეს - ეს არის ჩვენ გარშემო არსებული სამყარო, რისი იგნორირებაც უგუნურობაა“ (Worsnop 1994:43).

მედიის გავლენა ვრცელდება როგორც ორგანიზებულ პედაგოგიურ გარემოზე, ასევე სტიქიურ გარემოზე. გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ მედიასაშუალებების ძალზე სწრაფი ტემპით განვითარება იწვევს პედაგოგიური კვლევებისა და ამ სფეროში შემუშავებული რეკომენდაციების მალევე მოძველებასა და მათი აქტუალობის დაკარგვას. მეორე მხრივ, მოცემული ტექნიკური საშუალებები იმდენად მრავალფეროვანი და განსხვავებულია თავიანთი გამოსადეგობისა და საჭიროების შინაარსის მიხედვით, რომ მუდმივად, უწყვეტად ვლინდება სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მათი გამოყენების ახალი ხერხების საჭიროება, ხოლო პედაგოგების წინაშე ამ შემთხვევაში დაისმება ახალი ამოცანები, პრობლემები, რომლებიც დაკავშირებულია მედიასაშუალებების სწორ და მიზანმიმართულ გამოყენებასთან.

მედიასაშუალებების ცხოვრების სხვადასხვა სფეროზე ზეგავლენის მასშტაბები დღითი დღე იზრდება, რაც საგანმანათლებლო სისტემის წინაშე სვამს ახალ საკითხებს, ადამიანისაგან მოითხოვს არა მარტო თანამედროვე ტექნიკური საშუალებების ფლობას და მათი გამოყენების უნარებს, არამედ, ამავდროულად, კრიტიკული აზროვნების განვითარებას (მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით გადმოცემული ინფორმაციის ინტერპრეტაციისა და სხვა მედიატექსტების გაგების უნარ-ჩვევების განვითარება), დამოუკიდებელი, შემოქმედებითი მუშაობის უნარ-ჩვევების გაღვივებას, რომელიც გამოიხატება საინფორმაციო მასალის მოძიებაში, გადამუშავებაში, გამოყენებაში.

პედაგოგიკურ მეცნიერებასა და პრაქტიკაში თანამედროვე მედიის შესაძლებლობების გამოყენების, მათი დიდაქტიკური და აღმზრდელობითი პოტენციალის შეუფასებლობა, მასთან დაკავშირებული სხვადასხვა ცნებების

გააზრების სირთულე, ამ სფეროში მასწავლებელთა კომპეტენტურობის დაბალი დონე, საგანმანათლებლო დაწესებულებების არასაკმარისი ტექნიკური აღჭურვილობა ხელს უშლის განათლების ხარისხის სასურველი დონის მიღწევას.

მედიაპედაგოგიკის ერთ-ერთი ურთულესი საკითხია მისი გავლენა ზნეობრივ აღზრდაზე. საქართველოში ამ მიმართულებით ნაკლებადაა ჩატარებული პედაგოგიური კვლევები.

მედიასაშუალებების პირად პედაგოგიურ საქმიანობაში გამოყენების გამოცდილებამ, წლების მანძილზე უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებაში, მოსამზადებელ ცენტრებში მუშაობამ, ადგილობრივ და საერთაშორისო კონფერენციებში, ფორუმებში, სემინარებში მონაწილეობამ განაპირობა ჩემი დაინტერესება საკვლევო თემით.

**კვლევის მიზანი:** საქართველოში თანამედროვე მედიასაშუალებების სასწავლო-აღმზრდელობით საქმიანობაში ეფექტური გამოყენებისათვის მედიაპედაგოგიკის პერსპექტიული როლისა და მნიშვნელობის განსაზღვრა.

**კვლევის ამოცანები:**

1. მედიაპედაგოგიკის, როგორც მეცნიერების ახალი დარგის, ძირითადი მიმართულებების განსაზღვრა, რეალური ვითარების გაცნობა;
2. ელექტრონული მედიასივრცის ბავშვისა და მოზარდის ცხოვრებაზე გავლენის შესწავლა;
3. მედიაპედაგოგიკის შესაძლებლობების განხილვა პიროვნების განვითარებისა და სოციალური ადაპტაციის ხელშეწყობისათვის;
4. მედიაპედაგოგიკის პერსპექტივების განხილვა მედიაკომპეტენციების განსაზღვრისა და მისი მიღწევის ეფექტური საშუალებების გამოყენების მიხედვით.

**კვლევის მეთოდები:** წყაროების ანალიზი, ინტერვიუ, სტატისტიკური ცხრილების ანალიზი, ანკეტირება, დაკვირვება, შედარებითი ანალიზი, გამორიცხვის მეთოდი, დოკუმენტაციის შესწავლა, ინტერნეტრესურსების მოძიება-დახარისხება, გამოცდილების შესწავლა.

**კვლევის ჰიპოთეზა:** მედიასაშუალებების სასწავლო-აღმზრდელობით საქმიანობაში ეფექტური გამოყენებისათვის მედიაპედაგოგიკის პერსპექტიული როლისა და მნიშვნელობის განსაზღვრა ხელს შეუწყობს მუდმივად ცვალებადი

მედიასივრცის დადებითი გავლენის ფუნქციის გაძლიერებას, მოსწავლის პიროვნულ განვითარებასა და სოციალურ ადაპტაციას, მედიაკომპეტენციის მიღწევას, რაც განაპირობებს სასწავლო-აღმზრდელობითი საქმიანობის მიზნებისა და შედეგების ხარისხის ამაღლებას.

**კვლევის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა:** შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკა, განათლებისა და მეცნიერებათა ფაკულტეტის ბიბლიოთეკა, ინტერნეტრესურსები, პირადი ბიბლიოთეკა, ზოგადსაგანმანათლებლო დაწესებულებები, ბავშვთა საკითხებზე და ბავშვებთან მომუშავე არასამთავრობო ორგანიზაციების ბიბლიოთეკები და მასალები.

#### **დასაცავად გამოტანილი საკითხები:**

✓ მედიაპედაგოგია, როგორც განათლების მეცნიერების ახალი დარგი, სწავლობს კომუნიკაციის ფორმების ზემოქმედებას ადამიანზე, სხვადასხვა სახის ინფორმაციის ზეგავლენას მოსწავლეთა და სტუდენტთა სწავლებისა და აღზრდის პროცესზე, მათი მზადყოფნის დონეზე – გამოიყენონ ახალი ტექნოლოგიები პრაქტიკულ საქმიანობაში. ის ხელს უწყობს თითოეულ მოსწავლეს საკუთარი სწავლის ხარისხისა და ეროვნული თვითშემეცნების ამაღლებაში, ამავდროულად ეხმარება მასწავლებელს წარმატებით განახორციელოს პედაგოგიური საქმიანობა რეალურ ვითარებაში;

✓ მედიაპედაგოგიკის განვითარების კავშირი თანამედროვე მედიასაშუალებების განვითარების ტემპებთან სხვადასხვა ქვეყანაში საერთო მიზნებს უკავშირდება, თუმცა, ცალკეულ ქვეყნებში განსხვავებული გამოცდილება ჩამოყალიბდა, რაც განსაკუთარებით მნიშვნელოვანია იმ ქვეყნებისათვის, სადაც მედიაპედაგოგია ახლა იწყებს განვითარებას;

✓ მედიასაშუალებების გამოყენების პრობლემების კვლევის შედეგად ცხადი გახდა, რომ მედიასაშუალებებით სარგებლობს საქართველოში ყველა ოჯახი და თითქმის ყველა ბავშვი. პრიორიტეტი მიენიჭა ტელევიზორით, კომპიუტერით, ინტერნეტით სარგებლობას, თუმცა ოჯახების უმეტესობა არ ზრუნავს შვილებში განავითარონ ის უნარ-ჩვევები, რომლებიც საჭიროა მედიასაშუალებებით გადმოცემული ინფორმაციის დახარისხებისა და მიზნობრივად გამოყენების კუთხით.

✓ მედიასაშუალებებთან ურთიერთობა თითოეულ ადამიანზე ახდენს გავლენას ყველა იმ მიმართულებით, რასაც მოიცავს მედიაგადაცემათა შინაარსი, იქნება ეს განათლება, აღზრდა, შეგნება, ქცევა, რეაქცია, შეხედულებები, საკუთარი აზრის გამოთქმა, ინფორმაციის მიღება, აღქმა თუ გავრცელება;

✓ საქართველოში სპეციალური ლიცენზირებული ტელეარხი ბავშვებისთვის არ არსებობს. მხოლოდ საკაბელო მაუწყებლის სახით მოქმედებს საკაბელო ტელეარხი „ენკი-ბენკი“, რომელიც ამავე საკაბელო ქსელის მოზარდ მაყურებელზეა გათვლილი. საბავშვო გადაცემებისადმი დამოკიდებულების შესწავლა შემდეგ სურათს გვაძლევს: ერთი მხრივ, ტელეკომპანიები გვთავაზობენ საბავშვო გადაცემებს, ხშირად – საინტერესოს, მაგრამ არა მრავალფეროვანს და არცთუ სასურველ დროს. მეორე მხრივ, ტელევიზიას ბავშვის ცხოვრებაში დიდი ადგილი უჭირავს, ანუ ისინი უყურებენ როგორც საბავშვო, ისე სხვა ტიპის გადაცემებს. არჩევანის სრული თავისუფლება აქვთ ბავშვებს კომპიუტერთა და ინტერნეტით სარგებლობის შემთხვევაში. მათ ხელი მიუწვდებათ ნებისმიერი შინაარსისა და ფორმის ინფორმაციაზე;

✓ მედიასივრცე ოჯახში მრავალფეროვანია (ტელევიზორი, კომპიუტერი, ინტერნეტი, ვიდეო, მაგნიტოფონი, რადიო, მობილური ტელეფონი). ბავშვი უსმენს და უყურებს იმას, რაც მშობლებს სურთ, ან სრულიად თავისუფალია არჩევანში და მშობლების მხრიდან კონტროლის, რჩევის გარეშე უსმენს და უყურებს იმას, რაც სურს, ან რასაც შემთხვევით წააწყდება;

✓ მედიასაშუალებებთან განუსაზღვრელი დროით ურთიერთობა ბავშვებში იწვევს უარყოფითი მოვლენების განვითარებას (ბრაზიანობა, იმპულსური ქცევა, გაღიზიანება), ხელს უშლის ბავშვის ნორმალურ ფიზიკურ განვითარებას, ზღუდავს პირად ურთიერთობას ოჯახის წევრებთან, წარმოშობს შფოთს, აგრესიულობას, სიჯიუტეს; ბავშვის ფსიქიკა განიცდის სერიოზულ ტრამვას, რაც ვლინდება შიშში, შფოთვაში, ემოციურობაში, მარტოობის სურვილში, ენაბლუობაში, უძილობაში, გულგრილობაში, უხეშობაში. ფიზიკური მდგომარეობა უარესდება: მხედველობის დაქვეითება, ხერხემლის გამრუდება, გადაჭარბებული წონა, რაც აუარესებს გულ-სისხლძარღვთა სისტემას, ერთსა და იმავე ადგილზე დიდხანს ჯდომა იწვევს ძალის სისუსტეს, ენერგიის წარმართვას არასასურველი ქმედებისაკენ;

✓ ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მედიარესურსების სწორად გამოყენების განსაზღვრა, სწავლება/სწავლის მეთოდების შერჩევის პრინციპების შემუშავება ხელს უწყობს სწავლის ეფექტური შედეგის მიღწევას;

✓ სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოსადეგი ინფორმაციის შერჩევის პრინციპების შემუშავება განაპირობებს სასწავლო მიზნის შესაბამისი ინფორმაციის მოძიებას, დახარისხებას, გამოყენებას;

✓ მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენებასთან დაკავშირებით ფსიქოლოგიური საკითხების გათვალისწინება ხელს უწყობს: ყურადღების, ნებისყოფის განვითარებას, დამაბულობის მოხსნას, ინტერესის ამაღლებას, შემოქმედებით სტიმულირებას, ხასიათის თვისებების სრულყოფას, დარწმუნებას იმაში, რომ ყველა წარმატება დამოკიდებულია პირად ძალისხმევაზე, აქტიურობაზე, მიგნებასა და გადაწყვეტილებაზე;

✓ პედაგოგის მიერ მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენების მზადყოფნის პროფესიული დონის ამაღლებისათვის საჭიროა პედაგოგთა გადამზადება სკოლის დონეზე ან მიზნობრივად ორგანიზებულ ტრენინგებზე და მომავალ მასწავლებელთა მომზადების პროგრამაში ჩართვა;

✓ მედიაპედაგოგიკის გაძლიერების პერსპექტივას ხელს უწყობს ახალი ტექნოლოგიები, რომელთა სასწავლო პროცესში ეფექტური გამოყენებისათვის საჭიროა ინტერაქტიული მეთოდების ფლობა, პრობლემის მიხედვით ინტერნეტმისამართების კატალოგის შერჩევა, ინტერესისა და მოტივაციის ამაღლება;

**კვლევის მეცნიერული სიახლე:** ნაშრომში წარმოდგენილია საქართველოსა და საზღვარგარეთის ქვეყნების საგანმანათლებლო სისტემაში მედიაპედაგოგიკასთან დაკავშირებული პრობლემები. ორიგინალური კვლევების საფუძველზე, განხილულია ბავშვის ცხოვრებაზე მედიასივრცის გავლენის ფაქტორები, განსაზღვრულია სასწავლო-აღმზრდელობით საქმიანობაში მედიასაშუალებების გამოყენების შესაძლებლობანი, დამუშავებულია მისაღწევი კომპეტენციები და ახალი ტექნოლოგიები, მითითებულია პედაგოგის საქმიანობის ფორმები და მეთოდები.

ნაშრომი ამდიდრებს ქართულ პედაგოგიკურ მეცნიერებას მედიაპედაგოგიკის, როგორც ახალი დარგის (მიმართულების) მასალებით.

**თეორიული მნიშვნელობა:** ნაშრომში განხილულია მედიაპედაგოგიკასთან დაკავშირებული უახლესი კვლევის შედეგები, შრომები, მონოგრაფიები, სტატიები. მათი უმეტესი ნაწილი უცხო ენებიდან (ინგლისური, რუსული) ქართულად პირველად ითარგმნა. მოძიებულ იქნა და დამუშავდა მედიაპედაგოგიკასთან დაკავშირებული ლიტერატურის ჩამონათვალი. ორიგინალური კვლევები განხორციელდა კვლევის მიზანთან შესაბამისი მრავალფეროვანი კვლევის მეთოდების გამოყენებით, რაც ამაღლებს კვლევის შედეგების სანდოობის ხარისხს. მეცნიერთა და მკვლევართა შეხედულებები წარმოდგენილია კრიტიკული ანალიზის საფუძველზე.

**კვლევის პრაქტიკული მნიშვნელობა:** ნაშრომში მასალები წარმოდგენილია კვლევის შედეგების აღწერის, მეთოდების გამოყენების, რეკომენდაციების ნიმუშების სახით, რაც ამაღლებს მისი პრაქტიკული გამოყენების ხარისხს.

#### **კვლევის შედეგების პერსპექტიული გამოყენების სფერო:**

ზოგადსაგანმანათლებლო და უმაღლესი სკოლის პედაგოგები, კლასის დამრიგებლები, მშობლები, განათლების მიმართულების ბაკალავრიატის საფეხურის სტუდენტები;

მედიის და განათლების სფეროში მომუშავე სახელმწიფო დაწესებულებები, არასამთავრობო ორგანიზაციები;

საგანმანათლებლო დაწესებულებები და მედიაორგანიზაციები.

**ნაშრომის სტრუქტურა:** ნაშრომი შედგება შესავლის, ოთხი თავის, ათი პარაგრაფის, დასკვნებისა და გამოყენებული ლიტერატურის სიისაგან.

## დისერტაციის მოკლე შინაარსი

ნაშრომის **პირველი თავის** - „მედიაპედაგოგიკა, როგორც განათლების მეცნიერების ახალი სპეციფიკური დარგი“ - პირველ პარაგრაფში განხილულია მედიაპედაგოგიკის ზოგადი საკითხები, მედიისა და განათლების ურთიერთკავშირი. მოცემულია მედიაპედაგოგიკის განმარტება, მისი მიზნების აღწერა. განხილულია სხვადასხვა სახის მიდგომები საგანმანათლებლო სისტემაში ინფორმაციისა და მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებათა გამოყენების თვალსაზრისით.

მეორე პარაგრაფში გაანალიზებულია მედიაპედაგოგიკის განვითარების რეალობა და პრობლემები. მედიაგანათლების ჩამოყალიბების და განვითარების მხრივ განხილულია 14 ქვეყნის გამოცდილება, რომლებიც ბევრი საერთო და, ამავდროულად, განსხვავებული მოდელით ხასიათდება. წარმოდგენილია საქართველოში მედიაპედაგოგიკის ჩამოყალიბების და განვითარების ზოგადი მიმოხილვა.

მესამე პარაგრაფში განხილულია მედიასაშუალებების მიერ მოზარდებთან დაკავშირებული პრობლემების მარეგულირებელი სამართლებრივი ნორმები, გაშუქების წესები, შემზღუდავი და ამკრძალავი გარემოებები. აღწერილია საქართველოს საკანონმდებლო სივრცის ყველა ის მიმართულება, რომლებიც არეგულირებს ბავშვისა და მედიის ურთიერთობას.

**მეორე თავის** - „მედიასივრცის გავლენა ბავშვის ცხოვრებაზე“ - პირველ პარაგრაფში გაანალიზებულია მედიასივრცის როლი მოზარდთა ცხოვრებაში. განხილულია სხვადასხვა მედიასაშუალებების ზეგავლენა, რაც მოიცავს განათლების, აღზრდის, შეგნების, განვითარების, ქცევის, რეაქციების, შეხედულებების, საკუთარი აზრის გამოთქმის, ინფორმაციის მიღების, აღქმისა და გავრცელების პროცესს. წარმოდგენილია სხვადასხვა მიმართულებით ჩატარებული მნიშვნელოვანი კვლევები, თანდართული დასკვნებით.

მეორე პარაგრაფში განხილულია საბავშვო გადაცემებისადმი სხვადასხვა მკვლევართა შეხედულებები, წარმოდგენილია ქართულ მედიასივრცეში არსებული რეალობა საბავშვო გადაცემების მომზადების ხარისხის, სატელევიზიო ეთერში გავრცელების სიხშირისა და პერიოდულობის კუთხით. აღწერილია ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგები, რომლის მიზანს წარმოადგენდა იმის დადგენა, თუ

რომელ სატელევიზიო არხს უყურებენ ბავშვები ჩვენს ქვეყანაში და რას წარმოადგენს საქართველოში წამყვანი ტელეკომპანიების სატელევიზიო პროგრამები.

მესამე პარაგრაფში განხილულია მედიასივრცე ოჯახში; წარმოდგენილია საქართველოსა და საზღვარგარეთის რამდენიმე ქვეყნის ოჯახებში არსებული მედიარესურსების ანალიზი, რომლის მიხედვითაც, თანამედროვე მოზარდი განხილულ უნდა იქნეს როგორც ტრადიციული ელექტრონული მედიასაშუალებების (მაგალითად, ტელევიზორი), ასევე, ახალი მედიატექნოლოგიების აქტიურ მომხმარებლად. განხორციელებულია კვლევა იმის დასადგენად, ძირითადად, რას უყურებენ ან რას კითხულობენ მოზარდები საქართველოში. კვლევის შედეგების მიხედვით, მოზარდთა 32% უყურებს მხატვრულ ფილმებს, ტელესერიალებს – 23%, საბავშვო გადაცემებს – 15%, სპორტულ გადაცემებს – 13%, საინფორმაციო გამოშვებებს – 6%, პოლიტიკურ თოქშოუებს – 3%. იმ ფაქტს, რომ მხოლოდ 15% არის საბავშვო გადაცემების ტელემაყურებელი, თავად კვლევაში მონაწილე ბავშვები ქართულ სატელევიზიო არხებზე საბავშვო გადაცემების ნაკლებობით ხსნიან. მესამე პარაგრაფის 3.1. ნაწილში გაანალიზებულია მედიის უარყოფითი გავლენა, მისი რეგულირების საშუალებები, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ზეგავლენა ადამიანის განვითარების, განათლების, აღზრდის, მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბების პროცესში. კომპიუტერული თამაშების მაგალითზე წარმოდგენილია მედიისადმი დამოკიდებულების ფორმირების სტადიები.

**მესამე თავის - „მედიაპედაგოგიკა – პიროვნების განვითარებისა და სოციალური ადაპტაციის ხელშემწყობი“** – პირველ პარაგრაფში განხილულია მედიარესურსების სასწავლო-აღმზრდელობითი საქმიანობისათვის გამოყენების საკითხები. წარმოდგენილია ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მედიარესურსების გამოყენების საშუალებები და სხვადასხვა ქვეყანაში მიღებული საგანმანათლებლო ინფორმაციული ტექნოლოგიების კლასიფიკაცია. პირველი პარაგრაფის 1.2 ნაწილში გაანალიზებულია საგანმანათლებლო პროცესში ტექნიკური საშუალებების გამოყენების თავისებურებები და ინფორმაციის შერჩევის პრინციპები.

მეორე პარაგრაფში გაანალიზებულია მედიასაშუალებების გამოყენებასთან დაკავშირებული ფსიქოლოგიური პრობლემები: მედიასაშუალებების ადგილის



განსაზღვრა სასწავლო პროცესში, მასწავლებლის როლი საგანმანათლებლო სისტემების რეალიზაციის პირობებში, შემსწავლელი პირისა და მედიასაშუალებების ურთიერთობა. პარაგრაფის ბოლოს წარმოდგენილია დასკვნები და რეკომენდაციები. მეორე პარაგრაფის 2.1 ნაწილში განხილულია პედაგოგის მზადყოფნის საკითხი მედიის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოყენების კუთხით. პარაგრაფის ბოლოს, მოცემულია შემაჯამებელი დასკვნა: სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მედიის გამოყენების თვალსაზრისით პედაგოგის მზადყოფნისათვის საჭიროა პედაგოგთა სპეციალური გადამზადება სკოლის დონეზე, მიზნობრივად ორგანიზებულ ტრენინგებზე, მომავალი მასწავლებლის მომზადების პროგრამაში ჩართვით.

**მეოთხე თავის** – „მედიაპედაგოგიკის პერსპექტივები“ – პირველ პარაგრაფში განხილულია მედიაპედაგოგიკის კონცეფცია და მისაღწევი მედიაკომპეტენციები. წარმოდგენილია 1987 წელს კანადაში მედიაწიგნიერების ასოციაციის მასწავლებელთა ჯგუფის მიერ შემუშავებული მედიაწიგნიერების კომპეტენციების რვა ძირითადი მახასიათებელი. რეკომენდაციების სახით წარმოდგენილია სხვადასხვა მედიაკომპეტენცია.

მეორე პარაგრაფში გაანალიზებულია მედიის სასწავლო პროცესში გამოყენების ეფექტური საშუალებები. აღწერილია მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენების უკვე არსებული გამოცდილება, მიღწეული შედეგები. გაანალიზებულია ქართულ საგანმანათლებლო სივრცეში ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების შემთხვევები „ინტერაქტიული დაფის“ მაგალითზე. პარაგრაფის დასასრულს წარმოდგენილია რეკომენდაციები.

## თავი პირველი

# მედიაპედაგოგია, როგორც განათლების მეცნიერების ახალი, სპეციფიკური დარგი

### §1. მედიაპედაგოგიკის ზოგადი საკითხები

მეოცე საუკუნის 60-იან წლებში სხვადასხვა ქვეყნის პედაგოგიკურ მეცნიერებაში ჩამოყალიბდა სპეციფიკური მიმართულება მედიაპედაგოგიკის სახით, რომლის მთავარ მიზანს წარმოადგენს მოსწავლეებისა და სტუდენტების დახმარება მედიაკულტურის სამყაროში უკეთ ადაპტაციისა და მასობრივი ინფორმაციის ენის, მედიატექსტების გაანალიზების შესწავლაში (დიდი ბრიტანეთი, აშშ, ავსტრალია, კანადა, საფრანგეთი, გერმანია).

მედიაპედაგოგიკის საკითხები აისახა გაეროს განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (UNESCO) მიერ მიერ განათლების შესახებ მიღებულ დოკუმენტებში, სადაც მედიაპედაგოგია განსაზღვრულია, როგორც თეორიისა და პრაქტიკული უნარ-ჩვევების სწავლება თანამედროვე მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა დაუფლებისათვის. იგი მიჩნეულია პედაგოგიური თეორიისა და პრაქტიკის სპეციფიკურ და ავტონომიურ სფეროდ.

მედიაპედაგოგია განიხილება, როგორც განათლების სფეროს მიმდინარეობა, რომელიც სწავლობს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებათა ზემოქმედებას ადამიანზე, სხვადასხვა სახის ინფორმაციის ზეგავლენას მოსწავლეთა და სტუდენტთა სწავლებისა და აღზრდის პროცესზე, მათ მზადყოფნას – გამოიყენონ ახალი ტექნოლოგიები თავიანთ პრაქტიკულ საქმიანობაში.

მედიისა და განათლების ურთიერთკავშირის სირთულე და მრავალფეროვნება აირეკლება სხვადასხვა სახის კვლევებში. ჯერ კიდევ ბევრია ისეთი პრობლემა, რომელთა გადაჭრისათვის არ არსებობს ცალსახა და ფართოდ გავრცელებული განმარტება/განსაზღვრება.

ქართულ სინამდვილეში მედიაპედაგოგიკის რეალური ვითარებისა და პერსპექტივის უკეთ წარმოჩენისათვის ნაშრომის თეორიული საფუძველი ეყრდნობა იმ უახლესი კვლევების შედეგებს, რომლებიც აღიარებულია სხვადასხვა ქვეყანაში და იძლევა წამოჭრილ პრობლემათა გადაჭრის ახალ მიდგომებსა და შეხედულებებს.

მეცნიერ-მკვლევარ ფეოდოროვის (2010) აზრით, მედიაპედაგოგიკა გულისხმობს პიროვნების განვითარების პროცესს მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებების მასალაზე დაყრდნობით, რომლის მიზანია მედიასთან ურთიერთობის კულტურის ფორმირებისათვის აუცილებელი კომუნიკაციური უნარ-ჩვევების, კრიტიკული აზროვნების, ინფორმაციის სრულყოფილად აღქმის, მედიატექსტების ინტერპრეტაციის, ანალიზისა და შეფასების უნარ-ჩვევების განვითარება, თვითგამოხატვის სხვადასხვა ფორმის დაუფლება მედიატექნიკის დახმარებით. „მედიაპედაგოგიკა არის პედაგოგიკის სპეციფიკური დარგი, ე. წ. მეცნიერება მედიაგანათლებისა და მედიის შესახებ, რომელიც აფართოებს პიროვნების განვითარების კანონზომიერებას მედიაგანათლების პროცესში. მედიაგანათლების პროცესის შედეგად მიღებული მედიაწიგნიერება ეხმარება ადამიანს, აქტიურად გამოიყენოს ტელევიზიის, რადიოს, ვიდეოს, პრესის, კინემატოგრაფიის, ინტერნეტის ინფორმაციული ველის შესაძლებლობები” (Фёдоров 2010:27).

სამეცნიერო წყაროებში მედიაპედაგოგიკა წარმოდგენილია, როგორც სამეცნიერო დისციპლინა, რომელიც შეისწავლის სწავლებისა და აღზრდის საკითხებს მედიის კონტექსტში. ფართო გაგებით, ეს არის პედაგოგიკაზე ორიენტირებული ცოდნისა და პრაქტიკის სფერო, რომელიც დაკავშირებულია მედიასაშუალებებთან. ამავდროულად, მედიაპედაგოგიკა განიხილება, როგორც პედაგოგიკურ მეცნიერებათა სპეციფიკური მიმართულება, რომლის ფარგლებშიც შესაძლებელია ისეთი განშტოებების გამოყოფა, როგორიცაა:

- ✓ მედიადიდაქტიკა (მედიის როლის, ფუნქციისა და მნიშვნელობის პრობლემატიკის განსაზღვრა სწავლება-სწავლის პროცესში);
- ✓ მედიააღზრდა (აღზრდის პროცესში მედიასაშუალებების გამოყენების საკითხები გონივრული და წინასწარ გათვლილი შედეგების მისაღწევად, კრიტიკული დამოკიდებულების განვითარება სხვადასხვა მედიარესურსისადმი);
- ✓ ინფორმაციულ-ტექნიკური განათლება (მიზანმიმართული მედიაკომპეტენციისა და მედიაშეგნების ფორმირება, რომელიც აუცილებელია მედია და სამეცნიერო ასპარეზზე აქტიური მონაწილეობის მიღებისათვის).

მედიაპედაგოგია ემყარება სწავლება-სწავლის პროცესის ემპირიულ კვლევებს, მჭიდრო კავშირშია ზოგად პედაგოგიკასთან, პედაგოგიურ ფსიქოლოგიასთან, ინფორმატიკასთან, ლინგვისტიკასთან, ხელოვნებათმცოდნეობასთან.

მედიადიდაქტიკა სწავლობს მედიასაშუალებების გამოყენებას სწავლების პროცესში, სწავლება-სწავლის ახალი ხარისხით უზრუნველყოფის, საგანმანათლებლო პროცესის პირობების ოპტიმიზაციისა და მისი ეფექტურობის ამაღლების მიზნით.

მედიააღზრდა სწავლობს მედიასაშუალებების უსაფრთხოდ, სასარგებლოდ გამოყენების საკითხებს. აქედან გამომდინარე, მედიააღზრდის დამოკიდებულება მედიასაშუალებებისა და მათი დიდაქტიკური შესაძლებლობების საგანმანათლებლო პროცესში გამოყენების მიმართ კრიტიკულია, ვინაიდან მედიასაშუალებები გაცილებით უფრო დიდ ზეგავლენას ახდენენ საგანმანათლებლო პროცესის მონაწილეებზე, მათ კულტურასა და მსოფლმხედველობაზე.

ინტერნეტწყაროების ანალიზი ცხადყოფს, რომ შეიქმნა ახალი ტერმინები, ახალი მიდგომები, საერთაშორისო რეკომენდაციები, სამეცნიერო სკოლები, რომლებიც, ცალკეულ მეცნიერებთან ერთად, გვთავაზობენ ისეთი მნიშვნელოვანი ტერმინების ფორმულირების საკუთარ ვარიანტებს, როგორცაა „მედიაგანათლება“, „მედიაკულტურა“, „მედიაწიგნიერება“ და ა. შ. აქედან გამომდინარე, შეიძლება გამოიკვეთოს სხვადასხვა სახის მიდგომა საგანმანათლებლო სისტემაში ინფორმაციისა და მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების გამოყენებისადმი:

✓ ინტეგრირებული მიდგომა – უკვე არსებული ისეთი საგანმანათლებლო საგნების საფუძველზე, როგორცაა: ლიტერატურა, ხატვა, ისტორია, მუსიკა და ა.შ.;

✓ ფაკულტატური მიდგომა - ფაკულტატური ქსელების, წესების, წრეების, კლუბების შექმნის, ღონისძიებების ჩატარების საფუძველზე;

✓ სპეციალური მიდგომა - ახალი საგნის, სპეციალური კურსის შემოღება, რომელიც დაკავშირებული იქნება მედიაკულტურასთან.

თავად მედიაპედაგოგიკის მიზნებისა და ამოცანების აკუმულირება ხდება სხვადასხვა ჭრილში, მათ შორის შევარჩიეთ მსგავსი, ყველასათვის მისაღები მიზნები:

✓ მედიაარხების საშუალებით გადაცემული ინფორმაციის აღქმისა და გადამუშავების სწავლება;

✓ კრიტიკული აზროვნების, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მიერ გადმოცემული გზავნილების ჭეშმარიტი მნიშვნელობის გაგების უნარის განვითარება, წინააღმდეგობის გაწევა მასობრივი ინფორმაციისა და კომუნიკაციის საშუალებათა მცდელობის მიმართ – მოახდინონ ადამიანის გონებით მანიპულირება;

✓ არასასკოლო ინფორმაციის ჩართვა ზოგადი საბაზისო განათლების კურსის კონტექსტში, საგნობრივ არეალში ცოდნისა და უნარების ფორმირების სისტემაში;

✓ საჭირო (მოთხოვნილი) ინფორმაციის სხვადასხვა სახის ტექნიკური ინსტრუმენტის გამოყენებით (კომპიუტერი, ფაქსი, მულტიმედიური საშუალებები და ა. შ.) მოპოვების, მომზადების, გადაცემის/გადმოცემის და მიღების უნარის ფორმირება;

გამოყოფენ მედიაპედაგოგიკის ორ სახეს: სპეციალურსა და ინტეგრირებულს.

სპეციალური სახის მედიაპედაგოგიკა ხორციელდება ცალკეული კურსის ფარგლებში სკოლებში ან სხვა საგანმანათლებლო დაწესებულებებში. ამ მხრივ, მოცემულ სფეროში დაგროვილია საკმაოდ დიდი გამოცდილება. რეალურ ვითარებაზე დაკვირვება ცხადყოფს, რომ წარმატებული გამოცდილება მოიცავს მოსწავლეთა მხოლოდ იმ მცირე ჯგუფს, რომლებიც მეცადინეობენ სხვადასხვა სახის წრეებსა და კლუბებში.

ინტეგრირებული სახის მედიაპედაგოგიკა წარმოადგენს ტრადიციული სასკოლო საგნების შესწავლას მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებების გამოყენებით. როგორც წესი, ამ ფორმით სწავლება ისეთი საგნებისა, როგორცაა მშობლიური ენა, უცხო ენები, ლიტერატურა, საზოგადოებრივი დისციპლინები, – დღესდღეობით, ძირითადად გავრცელებულია მსოფლიოს 12 ქვეყანაში: ავსტრიაში, გერმანიაში, ირლანდიაში, ფინეთში, ავსტრალიაში, დანიაში, კანადაში, ნიდერლანდებში, აშშ-ში, ახალ ზელანდიაში, ნორვეგიაში, დიდ ბრიტანეთში.

სასკოლო ციკლის ტრადიციულ საგნებში მედიასაშუალებების ინტეგრირება წარმოადგენს სწავლების ეფექტურობის ამაღლების ერთ-ერთ საშუალებას, თუკი ისინი აკმაყოფილებენ შემდეგ მოთხოვნილებებს:

- ✓ ხელს უწყობენ შემეცნებითი ინტერესის ამაღლებას;
- ✓ პასუხობენ პედაგოგისა და მოსწავლის პრაქტიკულ მოთხოვნილებებს;
- ✓ გამოყენების პროცესში წარმოადგენენ უნივერსალურ საშუალებებს;

✓ მათი გამოყენება მოხდება საბაზისო საგანმანათლებლო პროგრამებზე დაყრდნობით.

საბაზისო განათლებისა და მედიაპედაგოგიკის ინტეგრაციის მიღწევა შესაძლებელია იმ შემთხვევაში, როცა თითოეული მედიასაგანმანათლებლო დისციპლინისათვის გამოყენებულია ორიგანალური და მიზანმიმართული მიდგომა, რის შედეგადაც მოხდება დასახული მიზნების მიღწევა ფაქტობრივ მასალაზე დაყრდნობით. საჭიროა რაც შეიძლება მეტი შეხების წერტილის მოძიება „გარე“ საინფორმაციო ნაკადებსა და საგანმანათლებლო საგნებს შორის, რომლის დროსაც სხვადასხვა სახის მედიასაგანმანათლებლო ამოცანების შესრულებისათვის მაქსიმალურად იქნება გამოყენებული მედიის აღმზრდელობითი და დიდაქტიკური პოტენციალი.

მედიასაშუალებების კლასიფიკაციისა და დაჯგუფების სხვადასხვა ვარიანტი არსებობს. ჩვენს ქვეყანაში არსებული რეალური ვითარების შესწავლის საფუძველზე, ვიზიარებთ შემდეგს:

ა) თანამედროვე მედიასაშუალებების, მათი აღქმის გზების კლასიფიკაციის ჩარჩოებში განხილვისას, უპირველეს ყოვლისა, აღინიშნება ის ციფრულ/ელექტრონული მედიასაშუალებები, რომლებიც ხელს უწყობენ სხვადასხვა სახის მედიასაშუალებების მოქცევას ერთიან, კომპიუტერიზებულ სტრუქტურაში. ამჟამად ელექტრონულ მედიასაშუალებებს მიაკუთვნებენ რადიოს, საეთერო, კაბელურ და თანამგზავრულ ტელევიზიას, ვიდეოს, კომპიუტერულ ქსელს, ინტერნეტმედიას და ინტერნეტთამაშებს.

ბ) სოციალურ-პედაგოგიური თვალსაზრისით მედიის კლასიფიცირება შესაძლებელია შემდეგი კრიტერიუმების გათვალისწინებით: გამოყენების ადგილის მიხედვით (ინდივიდუალური, ჯგუფური, მასობრივი, საშინაო, სამსახურებრივი და ა. შ.), ინფორმაციის შინაარსის მიხედვით (იდეოლოგიური, პოლიტიკური, მორალურ-აღმზრდელობითი, შემეცნებით-საგანმანათლებლო, ესთეტიკური, ეკოლოგიური, ეკონომიკური); გამოყენების ფუნქციებისა და მიზნების მიხედვით (ინფორმაციის მიღება, განათლება, ურთიერთობა, საყოფაცხოვრებო პრობლემების მოგვარება, გართობა); პიროვნებაზე ზემოქმედების შედეგის მიხედვით (მსოფლმხედველობის განვითარება, თვითშემეცნება, თვითაღზრდა,

თვითაგანათლება, თვითდამკვიდრება, თვითშეფასება, მდგომარეობის რეგულირება, სოციალიზაცია).

გ) საგანმანათლებლო პროცესში გამოყენების თვალსაზრისით, ელექტრონული მედიასაშუალებები შეიძლება დაჯგუფდეს შემდეგი ნიშნების მიხედვით:

- ✓ უნივერსალურობის ხარისხის (შესრულებადი ფუნქციების რაოდენობა) მიხედვით;
- ✓ ინფორმაციის მომზადების ან/და წარდგენის შესაძლებლობის მიხედვით;
- ✓ სამუშაო პროცესში აუდიო და ვიდეომასალის გამოყენების მიხედვით;
- ✓ სამუშაო პროცესში სტატისტიკური ან დინამიკური ვიდეოდოკუმენტების გამოყენების მიხედვით;
- ✓ მაკრო ან მიკროობიექტებთან მუშაობის საშუალების მიხედვით.

დ) უნივერსალურობის თვალსაზრისით, ელექტრონულ მედიასაშუალებათაგან ყველაზე მრავალრიცხოვანი ფუნქციის მატარებელი, რა თქმა უნდა, კომპიუტერია, რაც სხვადასხვა სპექტრის სამუშაოების ჩატარების საშუალებას იძლევა. ნაკლებად უნივერსალურ საშუალებებს მიეკუთვნება, მაგალითად, მულტიმედიური პროექტორები, რომლებიც, ამავდროულად, შესაძლებელს ხდის ნესბისმიერი სახის ვიდეო თუ აუდიოინფორმაციის მიწოდების წყაროსთან მუშაობას.

ე) ინფორმაციის მომზადების მიხედვით, ტექნიკურ საშუალებებში გამოყოფენ სამ ჯგუფს:

- ✓ უკვე არსებული მონაცემების ამსახველი საშუალებები (ვიდეოფლეიერები, CD ან DVD დისკები, მეხსიერების ჩიპები, აუდიომაგნიტოფონები და ა. შ.);
- ✓ ინფორმაციის მომზადების საშუალებები (ფოტოაპარატი, ციფრული ფოტოკამერა, ვიდეოკამერა, ხმის ჩამწერი აპარატურა და ა. შ.);
- ✓ არსებული ინფორმაციის/მასალის მომზადებისა და დემონსტრირების საშუალებები (კომპიუტერი, ვიდეომაგნიტოფონი, მუსიკალური ცენტრი და ა. შ.);

არსებობს მრავალი მოსაზრება თანამედროვე მედიასაშუალებების სოციალური ფუნქციის შესახებ. წყაროების ანალიზი (ი. ეგოროვა, ა. ფეოდოროვი, ლ. ბაჟენოვა, ნ. ანდერსენი, ჯ. ბრაუნი, რ. კიუბი) საშუალებას გვაძლევს, გამოვყოთ მედიის ფუნქციების შემდეგი ძირითადი ჯგუფები:

1. საინფორმაციო (ამბები არსებულ ან შექმნილ ვითარებაზე, სხვადასხვა სახის ფაქტებსა და მოვლენებზე);

2. ანალიტიკური (შეფასებითი ფუნქცია): ფაქტების კონსტატირებას თან ახლავს კომენტარები, ანალიზი და შეფასება;

3. შემეცნებით-საგანმანათლებლო: მრავალფეროვანი კულტურული, ისტორიული და სამეცნიერო ინფორმაციის გადმოცემის დროს, მასმედიის საშუალებები ხელს უწყობენ თავიანთი მკითხველების, მსმენელების, მაყურებლების ცოდნის დონის ამაღლებას;

4. მორალურ-აღმზრდელობითი: მედიასაშუალებები აირეკლავენ საზოგადოებრივი ქცევის მორალურ-ესთეტიკურ მხარეს, მორალის პრინციპებსა და ესთეტიკურ გემოვნებას, სიკეთესა და ბოროტებაზე გავრცელებულ წარმოდგენებს;

5. ზემოქმედების ფუნქცია (იდეოლოგიური, სოციალურ-მმართველობითი, მარეგულირებელი). მედიასაშუალებები ზემოქმედებენ ხალხთა შეხედულებებსა და ქცევაზე;

6. რეკრეაციული/ესთეტიკური ფუნქცია: მიზანმიმართულია გართობის უზრუნველსაყოფად (დროის სასიამოვნოდ გატარებისაკენ, დასვენებისაკენ, ძალების აღდგენისაკენ, აუდიტორიის ესთეტიკური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისაკენ).

მედიასაშუალებათა აშკარად გამოკვეთილ ფუნქციებთან ერთად, მეცნიერებაში საუბრობენ და გამოყოფენ მედიის ნაკლებად გამოხატულ, ლატენტურ (ფარულ) ფუნქციებს, რომელთა არსი მდგომარეობს საზოგადოების შეგნებაზე ფარული ზემოქმედების განხორციელებაში. წარმოდგენილი დატვირთვის სახეობათაგან თითოეული კონკრეტული მედიასაშუალება ასრულებს, როგორც წესი, მხოლოდ ერთ ან რამდენიმე ფუნქციას, რომელთა რეალიზაციის პროცესში შესაძლებელია გამოვყოს რამდენიმე შედეგობრივი ვარიანტი:

**ფუნქციონალური** - როდესაც ამა თუ იმ დოზით ხორციელდება ძირითადი ფუნქციის მიერ განსაზღვრული ამოცანა;

**დისფუნქციონალური** - რომლის დროსაც მიიღწევა დადგენილი ფუნქციის საპირისპირო შედეგი;



**არაფუნქციონალური** - რომელიც დაკავშირებულია გვერდითი ეფექტების გამოვლენასთან, რომლებიც არ პასუხობენ ძირითად ამოცანას;

**აფუნქციონალური ზემოქმედება** - ანუ, რაიმე კონკრეტულად გამოხატული შედეგების არარსებობა.

ხშირად მედიასაშუალებები იწვევენ ნეგატიურ სოციალურ ტენდენციებს. ამ შემთხვევაში, საქმე გვაქვს მედიის შემდეგ დევიაციურ ფუნქციებთან:

1. ინფორმაციული წყაროების სიმრავლეს მივყავართ პიროვნების (აუდიტორიის) დისორიენტაციისაკენ;
2. მიდრეკილება ძლიერი ნეგატივიზმისაკენ, რომელიც წარმოადგენს სხვადასხვა ფორმის გადამეტებული ოპტიმიზმის, მოვლენების გამუქების მიზეზს, რასაც, მეორე მხრივ, შეუძლია გამოიწვიოს ფრუსტრაციული ეფექტები, მოლოდინის დისფუნქციები და იმედგაცრუება;
3. მედიასაშუალებებით გადმოცემული გარკვეული ჟანრის ახალი ამბების, სერიალების, კრიმინალური მოვლენების/ფაქტების, სენსაციების და ა. შ. მიმართ პათოლოგიური დამოკიდებულებების განვითარება;
4. ნარკოტიკზე, ალკოჰოლზე, სიგარეტზე, ეროვნებათაშორისი სტერეოტიპის შესახებ დადებითი წარმოდგენების შექმნა;
5. კულტურის მასობრიობა და ამის შედეგად სულიერი მოთხოვნილებების დაკნინება, ცრუ იდეალებისა და გმირების თაყვანისცემა.

როგორც აღვნიშნეთ, მედიაპედაგოგიკა განიხილება, როგორც პიროვნების განვითარების პროცესი მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებათა მასალებზე დაყრდნობითა და დახმარებით, რათა მიღწეულ იქნეს მედიასთან ურთიერთობის კულტურის, შემოქმედებითი, კომუნიკაციური უნარების, კრიტიკული აზროვნების, სრულყოფილი აღქმის უნარის, ინტერპრეტაციის, ანალიზისა და მედიატექსტების შეფასების უნარების ფორმირება და მედიატექნიკის გამოყენებით თვითგამოხატვის სხვადასხვა ფორმის უნარების განვითარება. მედიაწიგნიერება ეხმარება ადამიანს, აქტიურად გამოიყენოს ტელევიზიის, რადიოს, ვიდეოს, კინემატოგრაფიის, პრესის, ინტერნეტის საინფორმაციო ველი. იგი ეხმარება ადამიანს, უკეთესად აღიქვას მედიაკულტურის ენა.

მედიაგანათლება შეიძლება დაიყოს შემდეგ ძირითად მიმართულებებად:

1. მომავალი პედაგოგების მედიაგანათლების პროცესში ჩართვა, რაც გულისხმობს სკოლისა და უმაღლესი სასწავლებლების პედაგოგთა კვალიფიკაციის ამაღლებას მედიაკულტურის კურსებზე დასწრების გზით;

2. მედიაგანათლება, როგორც ნაწილი საერთო განათლებისა სკოლებში, პროფესიულ, უმაღლეს სასწავლებლებში, რომელიც, თავის მხრივ, შესაძლებელია იყოს ინტეგრირებული ტრადიციულ საგანმანათლებლო დისციპლინებს ან ავტონომიურ დისციპლინებს (სპეციალურ, ფაკულტატურ, წრიულ და ა. შ.) შორის;

3. მედიაგანათლება, როგორც დამატებითი საგანმანათლებლო დისციპლინა, სასწავლებლებსა და საგანმანათლებლო ცენტრებში (კულტურის სახლებში, მოსწავლე-ახალგაზრდობის სახლებში, კლუბებში და ა. შ.);

4. მოსწავლეების, სტუდენტებისა და ზრდასრულების დისტანციური განათლება პრესის, ტელევიზიის, რადიოს, ვიდეოს, ინტერნეტის დახმარებით;

5. დამოუკიდებელი, უწყვეტი მედიაგანათლება (რომელიც შესაძლოა განხორციელდეს ადამიანის მთელი ცხოვრების მანძილზე);

6. მომავალი პროფესიონალების - ჟურნალისტების, რედაქტორების, რეჟისორების, პროდიუსერების, მსახიობების, ოპერატორების და ა. შ. მედიაგანათლება პრესის, ტელევიზიის, რადიოს, კინოს, ვიდეოსა და ინტერნეტსივრცეში.

თანამედროვე პიროვნების განვითარებაში მედიაპედაგოგიკა აფართოებს მოსწავლეთათვის მეცადინეობის ჩატარების ფორმებისა და მეთოდების სპექტრს. ხოლო პრესის, კინემატოგრაფიის, ტელევიზიის, ვიდეოს, ინტერნეტის ვირტუალური სამყაროს კომპლექსური შესწავლა შესაძლებელს ხდის მხატვრული განათლების ისეთი მნიშვნელოვანი ნაკლოვანებების გამოსწორებას, როგორცაა ცალმხრივი, ერთმანეთისაგან იზოლირებული ლიტერატურული, მუსიკალური ნაწარმოებების ან ფერწერული ნიმუშების სწავლება.

მედიაპედაგოგიკა წინასწარ განსაზღვრავს მეცადინეობების მეთოდიკას, რომელიც ემყარება პრობლემურ, ევრისტიკულ, გასართობ (თამაშები) და სხვა სახის სწავლების პროდუქტიულ ფორმებს. ისინი ხელს უწყობს პიროვნებაში ინდივიდუალობის, დამოუკიდებელი აზროვნების უნარის განვითარებას, რაც, საბოლოო ჯამში, ავლენს მოსწავლის შესაძლებლობებს უშუალოდ შემოქმედებით აქტივობაში ჩართულობის, აღქმის, მედიატექსტის სტრუქტურის ანალიზისა და

ინტერპრეტაციის, მედიაკულტურის შესახებ ცოდნის შეთვისების ხარჯზე. ამასთანავე, მედიაპედაგოგიკა, თეორიული და პრაქტიკული მეცადინეობების ურთიერთმონაცვლეობით, საშუალებას იძლევა ჩართოს მოსწავლე მედიაკულტურის ნაწარმოების შექმნის პროცესში.

მნიშვნელოვანია, რომ მოსწავლეებს (საჭიროების შემთხვევაში, სტუდენტებსაც) შევასწავლოთ არა მხოლოდ ის, თუ როგორ იქმნება მედიატექსტები, არამედ ისიც, თუ როგორ გამოხატავენ ეს მედიატექსტები სხვადასხვა სახის პოლიტიკურ, იდეოლოგიურ, ეკონომიკურ, სოციოკულტურულ ინტერესებს.

თანამედროვეობისთვის დამახასიათებელია სოციოკულტურათა დაახლოება. სწორედ მედიაკულტურა, ტექნიკური შესაძლებლობების ახალ დონეზე გადასვლა (სატელიტური ტელევიზია, ვიდეო, ინტერნეტი და ა. შ.) ხელს უწყობს და ქმნის აქამდე არნახულ შესაძლებლობებს კულტურათაშორისი დიალოგისათვის, გლობალურ (კულტურათაშორისი, ერთაშორისი, ქვეყანათაშორისი დიალოგი), ადამიანთა შორის და პიროვნების შინაგანი სამყაროს აღქმის დონეზე.

მედიაპედაგოგიკა განავითარებს „კულტურათაშორისი დიალოგის“ შესაძლებლობებს, რომელიც გვაძლევს საშუალებას – თავი ავარიდოთ ეროვნულ ჩაკეტილობას, მოვახდინოთ სხვადასხვა ქვეყანაში სხვადასხვა დიდაქტიკური მიდგომის კრიტიკული შედარებითი ანალიზი, და ამ გზით ხელი შეუწყოს პედაგოგიური თეორიებისა და მეთოდის სრულყოფას, მათ მუდმივ განვითარებას.

„მნიშვნელოვანია ეროვნული და სახელმწიფოებრივი საზღვრების მოშლის ფენომენი, რომელიც ახასიათებს დღევანდელ კულტურულ-საგანმანათლებლო პროცესს. სწორედ XXI საუკუნის მიჯნაზე მოხდა გარდასვლა და დაახლოება დასავლეთისა და აღმოსავლეთის, ჩრდილოეთისა და სამხრეთის, ევროპის, აზიის, აფრიკის, ლათინური ამერიკის კულტურებს შორის. დაახლოების ასეთი პროცესის ფარგლებში თვით კულტურის იდეა იძენს გადამწყვეტ მნიშვნელობას ჩვენს ყოველდღიურ აზროვნებასა და ყოფიერებაში“ (Бинлер 1991:263).

„გლობალიზაციის პროცესის ერთ-ერთ უმთავრეს გამოვლინებად ითვლება მედიასაშუალებები. მაგალითად, 1980 წელს ინტერნეტქსელის მომხმარებელთა რაოდენობა უტოლდებოდა ნულოვან ნიშნულს, ხოლო 2004 წელს ეს რაოდენობა აღწევს 700 მილიონს. მსგავსი სიტუაცია გლობალიზაციის ზეგავლენისა შეინიშნება

ტრადიციულ მედიასაშუალებებში მთელ მსოფლიოში: 1956 წელს არსებობდა 75 მილიონი ტელემაციურებელი, ხოლო 2004 წელს – 2 მილიარდი. XX საუკუნის 30-იან წლებში გამოვლინდა 57 მილიონი რადიომსმენელი, ხოლო XXI საუკუნის დასაწყისში ეს ნიშნული უტოლდება 2.5 მილიარდს“ (Федоров 2004:18).

უდავოა, რომ პლანეტის მოსახლეობის უმრავლესობას ურჩევნია მიიღოს და აღიქვას მედიატექსტები მშობლიურ ენაზე, თუმცა, ძალიან ხშირად, ეს ძალზე პოპულარული პროდუქცია პრაქტიკულად წარმოადგენს უცხოურენოვანი გადაცემების ორიგინალის ლიცენზირებულ ადაპტაციას. ამის მაგალითია საქართველოში სხვადასხვა დროს არსებული ტელეგადაცემები – „უკანასკნელი გმირი“, „ვის უნდა ოცი ათასი“, „ვარსკვლავების აკადემია“, „ბოიარის ციხესიმაგრე“, „ცეკვავენ ვარსკვლავები“, „იღბლიანი ბორბალი“ და სხვები. დაკვირვების საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ გლობალური ტელევიზია მომხმარებლამდე აღწევს „ეროვნული შეფუთვით“.

ერთიანი ევროპული საგანმანათლებლო სივრცის შექმნას ხელს უწყობს ახალი ტექნოლოგიების დამკვიდრება, სკოლებსა და უმაღლეს სასწავლებლებში ინტერნეტის ხელმისაწვდომობის სწრაფი ზრდა, პედაგოგთა და სტუდენტთა მობილობა, რის საფუძველზეც თანამედროვე საგანმანათლებლო სისტემა სულ უფრო ექვემდებარება საერთაშორისო ბაზრის მოთხოვნებსა და კონკურენციას. თანამედროვე პროფესიათა სფეროში წარმატებული მუშაობა დღესდღეობით თითქმის წარმოუდგენელია თვითგანათლების უნარების გამოყენების მუდმივი განვითარების გარეშე.

გაეროს განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (UNESCO) შეფასებით, „მედიასაშუალებები დიდ როლს თამაშობენ ახალგაზრდების საგანმანათლებლო პროცესის წარმართვაში, რომელიც დაფუძნებულია მშვიდობის, სამართლიანობის, თავისუფლების, ურთიერთპატივისცემისა და ურთიერთგაგების იდეალებზე, რაც ხელს უწყობს ადამიანთა უფლებების თანასწორობის შენარჩუნებას ყოველი ადამიანისა და ერისათვის, ეკონომიკურ და სოციალურ პროგრესს“ (UNESCO 1978:177).

მედიაგანათლების უმთავრესი მიზნების განსახორციელებლად, UNESCO აქტიურად ისწრაფვის, რათა ხელი შეუწყოს:

- ✓ სხვადასხვა განვითარებულ ქვეყანაში არსებული მედიაგანათლების მეთოდოლოგიებისა და მეთოდოლოგიების შედარებითი ანალიზის განხორციელებას (შემდგომში მათგან ყველაზე მეტად პერსპექტიულის გავრცელებას);
- ✓ მედიაგანათლების აქციათა ეფექტურობის შეფასების მექანიზმების შემუშავებას;
- ✓ მედიაგანათლების სფეროში სამომავლო კვლევების ჩატარებას;
- ✓ პედაგოგების, სტუდენტების, ინსტრუქტორების, არასამთავრობო ორგანიზაციების, ასოციაციების წევრთა და სხვა დაინტერესებულ პირთა გადამზადებას მედიაგანათლების სპეციალობით (მათ შორის, მედიაპედაგოგიკის საზაფხულო კურსებისა და დისტანციური სწავლების პროცესის ფარგლებში);
- ✓ სხვადასხვა ქვეყანაში მედიაგანათლების ოფიციალურ ლეგალიზაციას, შესაბამისი (ფორმალური და არაფორმალური) საგანმანათლებლო გეგმების შემუშავებას;
- ✓ მედიაგანათლების მოკლედ გადმოცემული სახელმძღვანელო პრინციპების კრებულის შექმნას მშობელთათვის, პედაგოგთათვის;
- ✓ სხვადასხვა მედიასააგენტოს, საქველმოქმედო ფონდის, ხელშეწყობას საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან სხვა დანიშნულების კერძო თუ საჯარო დაწესებულებებთან, რომელთა საქმიანობაც უკავშირდება აღზრდისა და განათლების საკითხებს;
- ✓ ინტერნეტმედია-საგანმანათლებლო საიტების შემუშავებასა და ამოქმედებას, რომლებითაც ისარგებლებენ პრაქტიკოსი პედაგოგები, ინსტრუქტორები, ტრენერები (საჯარო რესურსებისადმი ხელმისაწვდომობის პრინციპის გათვალისწინებით);
- ✓ ადგილობრივი, ეროვნული და საერთაშორისო მედიასაგანმანათლებლო ფორუმების ორგანიზებას;
- ✓ სპეციალური და მედიასაგანმანათლებლო სახის მქონე ფილმებისა და ვესტივალების ქსელის შექმნას;
- ✓ არსებულ ფედერაციათა, პროფესიულ ასოციაციათა და მედიასაგანმანათლებლო მიმართულების მქონე ცენტრების კონსოლიდაციას;

- ✓ საზოგადოებრივი მედიასაშუალებების (კომერციული, არაკომერციული) მხარდაჭერისთვის რეკომენდაციების შემუშავებას და გამოცემას, რომელთა მთავარ ადრესატს წარმოადგენენ ბავშვები და ახალგაზრდები;
- ✓ მედიასააგენტოების საქმიანობის კონტროლს, მათ ზედამხედველობას, რათა უზრუნველყოფილი იყოს ინფორმაციის ხარისხიანი და დროული მიწოდება ახალგაზრდებისათვის, ზრდასრული ადამიანებისათვის და ა. შ. (UNESCO: 2002).

კვლევის პროცესში ჩვენთვის საინტერესო აღმოჩნდა ერთი მიგნება: ადამიანები მუდამ დროის უკმარისობას ვუჩივით, ცნობილი რუსი ფილოსოფოსისა და კულტუროლოგის – ვ. ს. ბიბლერის კვლევების მიხედვით კი სულ სხვა სურათი იხატება: „მედიის გავლენის გაძლიერებას ისიც უწყობს ხელს, რომ მთელ მსოფლიოში იზრდება თავისუფალი დროის რაოდენობა, რომელიც წარმოადგენს სულ უფრო მნიშვნელოვან სოციალურ ფენომენს“ (Библер 1991:275). აქვე აღვნიშნავთ, რომ თავისუფალი დროის გაზრდა გამოწვეულია საყოფაცხოვრებო და სხვა ტექნიკის განვითარებით.

თანამედროვე პედაგოგიკის ერთ-ერთ ამოცანას წარმოადგენს მოზარდებისათვის კულტურული დასვენების ორგანიზება, საინტერესო შემოქმედებითი წამოწყებების ხელშეწყობა, რისთვისაც მედიასაშუალებები კარგ პირობებს ქმნიან.

ამრიგად, მედიაპედაგოგიკა სწავლობს კომუნიკაციის საშუალებათა ზემოქმედებას ადამიანზე, სხვადასხვა სახის ინფორმაციის ზეგავლენას მოსწავლეთა და სტუდენტთა სწავლებისა და აღზრდის პროცესზე, მათ მიერ ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების მზადყოფნას თავიანთ პრაქტიკულ საქმიანობაში.

მედიაპედაგოგიკის მიზანს წარმოადგენს მედიასთან ურთიერთობის კულტურის ფორმირების კომუნიკაციური უნარ-ჩვევების, კრიტიკული აზროვნების, ინფორმაციის სწორად აღქმის, დახარისხება-გამოყენებისა და მედიატექსტების ინტერპრეტაციის, ანალიზისა და შეფასების უნარ-ჩვევების განვითარება.

მედიაპედაგოგიკა - ეს არის პედაგოგიკური მეცნიერებების სპეციფიკური დარგი, მეცნიერება მედიაგანათლებისა და მედიის შესახებ, რომელიც აფართოებს პიროვნების განვითარების კანონზომიერებას მედიაგანათლების პროცესში, ეხმარება ადამიანს აქტიურად გამოიყენოს მედიის ინფორმაციული ველის შესაძლებლობები.

## **§2. მედიაპედაგოგიკის განვითარების რეალობა და პრობლემები**

საზოგადოებრივ ცხოვრებაში წარმოჩენილი სიახლე და ცვლილება აისახება საგანმანათლებლო სისტემაში. ამ მოსაზრების დამადასტურებელი აღმოჩნდა კვლევის პროცესში, წყაროებზე მუშაობისას აღმოჩენილი ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ ჯერ კიდევ XVII საუკუნეში, ცნობილი პედაგოგი იან ამოს კომენსკი (1592-1670) დიდი ოპტიმიზმით გამოეხმაურა იმდროინდელ სიახლეს – პრესას. კომენსკი დარწმუნებული იყო, რომ გაზეთს შეუძლია განავითაროს მოსწავლეთა ლინგვისტური უნარები, მიაწოდოს მათ სასარგებლო ინფორმაცია მიმდინარე მოვლენების შესახებ.

XX საუკუნის 60-იან წლებში, ევროპაში მოღვაწე პედაგოგთა ერთმა ნაწილმა დაიწყო მედიის განხილვა არა როგორც „სწავლების ტექნიკური საშუალებისა“, არამედ როგორც სასწავლო საგნისა. ამგვარად, მედიაკულტურის შესწავლა შეიჭრა სკოლაში, როგორც სავალდებულო დისციპლინებში ინტეგრირებული მასალა.

საინტერესოა სხვადასხვა ქვეყნის გამოცდილების განხილვა და გაზიარება მედიაგანათლების ჩამოყალიბებისა და განვითარების მხრივ. ამ მიზნით შევისწავლეთ 14 ქვეყნის გამოცდილება, რომლებსაც გააჩნიათ ბევრი საერთო და, ამავდროულად, განსხვავებული მოდელი. წარმოვადგენთ ზოგად მიმოხილვას.

**გერმანიაში** მედიაგანათლება შევიდა საზოგადოებრივ მეცნიერებათა (გეოგრაფია, ხელოვნება და სხვა) სასწავლო კურსებში. გერმანელ პედაგოგთა თვალსაზრისით, მედიაკულტურის შესწავლა უნდა ეხმარებოდეს მოსწავლეთა მოქალაქეობრივი შეგნების განვითარებას, მათი კრიტიკული აზროვნების ჩამოყალიბებას. დღესდღეობით, გერმანიაში მასწავლებელთა დაახლოებით 70% რეგულარულად იყენებს მედიაგანათლების ელემენტებს თავიანთ გაკვეთილებზე. მედიაკულტურის საგანი ისწავლება გერმანიის უმეტეს უმაღლეს სასწავლებელში.

გერმანიაში მედიაპედაგოგიკის საერთო მიმართულება სხვადასხვა განშტოებებად იყოფა (Tulodziecki 1989:21):

✓ „მედიააღზრდა“ - დიდაქტიკის არეალი, რომელიც განსაზღვრავს, თუ რომელი სახის მედიასაშუალებების გამოყენებაა შესაძლებელი აღმზრდელობითი მიზნების მისაღწევად;

✓ „მედიაკვლევა“ - მოიცავს ყველა იმ სამეცნიერო ქმედებას, რომელთა მიზანს წარმოადგენს იმ მიზნების, საშუალებების, დამადასტურებელი მასალების, ჰიპოთეზების მოძიება და შემოწმება, რომლებიც დაკავშირებულია მედიასაშუალებებთან და შემდგომში მათ სისტემატიზაციასთან.

ამასთანავე, გერმანიაში არსებობს სპეციალიზებული მეცნიერულ-კვლევითი ინსტიტუტები, მაგალითად, კინოსა და სანახაობის სამეცნიერო ინსტიტუტი (Institute für Film und Bild im Wissenschaft: FWU), რომელიც ბეჭდავს და გამოსცემს სპეციალურ გამოცემებსა და თვალსაჩინო მასალებს სკოლებისათვის (ვიდეომასალა, ფილმები, ბროშურები, წიგნები და ა. შ.).

გერმანიაში მედიაგანათლების ერთ-ერთი კვლევითი ცენტრი მდებარეობს მიუნხენში. ასევე ცნობილია კასელის (გერმანია) უნივერსიტეტი, რომელშიც მოქმედებს მედიაპედაგოგიკის ცენტრი პროფესორ ბ. ბახმაიერის ხელმძღვანელობით. ცენტრი თანამშრომლობს უმაღლეს სასწავლებლებთან საფრანგეთში, იტალიასა და ესპანეთში, ახორციელებს ერთობლივ კვლევით პროექტებს, რომელთა მიზანს წარმოადგენს მომავალ პედაგოგთა მომზადება.

გერმანიაში მედიაგანათლების ინტეგრირებული სწავლება სკოლებში უზრუნველყოფს დავალებებისა და შემოქმედებითი სამუშაოების ციკლის გატარებას მოსწავლეებთან ერთად ქვემოთ ჩამოთვლილ მასალებზე დაყრდნობით (HUTHER 1990:158):

- ✓ ვიზუალური გამოსახულებანი (სურათები, სლაიდები, ნახატები, კომიქსები და ა. შ.);
- ✓ აუდიო-ვიზუალური მედია (ფილმები, ვიდეოჩანაწერები, ტელეგადაცემები);
- ✓ პრესა (ჟურნალ-გაზეთები);
- ✓ მულტიმედია (CD-ROM, ინტერნეტი, ელექტრონული ფოსტა);

ამასთან, მედიაგანათლება ინტეგრირებულად ისწავლება ისეთი სავალდებულო სასწავლო კურსის განმავლობაში, როგორცაა გერმანული ენა, სამოქალაქო მეცნიერებანი, ხელოვნება და სხვა.

როგორც ცნობილია, გერმანიაში თითოეული რეგიონი თავად განსაზღვრავს თავის საგანმანათლებლო პოლიტიკას. შესაბამისად, მედიაგანათლების მიმართულებაშიც დამკვიდრებულია როგორც საერთო (მთელი ქვეყნის



ტერიტორიაზე გავრცელებული), ასევე ცალკეულ რეგიონში არსებული გამოცდილება.

მედიაგანათლების მიმართულებით, საინტერესო გამოცდილება გააჩნია უნგრეთს, სადაც მე-20 საუკუნის 60-იან წლებში კინოგანათლება შეტანილი იყო საშუალო სკოლების სასწავლო გეგმებში. 1965-1978 წლებში აქ კინოგანათლება ინტეგრირებული იყო უნგრული ენისა და ლიტერატურის სასწავლო კურსში. 80-იან წლებში მედიაგანათლების ცალკეული ასპექტები ისწავლებოდა ფაკულტატურად. 1995 წელს ქვეყნის ეროვნულ სასწავლო გეგმაში ჩაისვა მედიასაგანმანათლებლო კურსი, რომელიც მოიცავდა 12-18 წლის ასაკის (მე-7–12 კლასი) ბავშვებს.

უნგრეთის ზოგადი განათლების ეროვნული ცენტრი მედიაგანათლების მიმართულებით გამოსცემს სპეციალურ სახელმძღვანელოებს, აუდიო-ვიზუალურ მასალას. 2001 წელს შეიქმნა ელექტრონული სახელმძღვანელო „აუდიოვიზუალური ხელოვნება და მედიაგანათლება უნგრეთში“, რომელიც მოიცავდა არა მხოლოდ ტექსტურ ინფორმაციას, არამედ ვრცელ ვიდეომასალებს (მაგალითად, მედიაგაკვეთილების ჩანაწერები). უნგრეთის მედიაგანათლების სახელმძღვანელოებში მითითებულია შემდეგი თემები: მედიის როლი საზოგადოებრივ ცხოვრებაში, მედიატექსტების შექმნის პროცესი, კინოსა და ტელევიზიის ჟანრები, სიუჟეტი და მონტაჟი, აუდიტორიის ტიპოლოგია და ა. შ.

უნგრეთის კანონმდებლობით, სკოლებში მედიაპედაგოგიკის და მედიაკულტურის საგნის სწავლება შეუძლიათ მხოლოდ იმ პედაგოგებს, რომელთაც აქვთ შესაბამისი განათლება. სწორედ ამიტომ, გარდა უმაღლეს სასწავლებლებში არსებული პროგრამებისა, უნგრეთში მოქმედებდა რეგიონალური მედიასაგანმანათლებლო კურსები, რომლებიც მიზნად ისახავდა პედაგოგებისთვის საჭირო უნარ-ჩვევების განვითარებას. მედიაკურსების ძირითადი მიზანი იყო: მასწავლებელთათვის მედიასაგანმანათლებლო პროგრამების ნიმუშების მიწოდება; სასკოლო-საგანმანათლებლო პროცესში მედიასაგანმანათლებლო კურსების ეფექტური გამოყენების ხელშეწყობა; მასწავლებელთა დახმარება საკუთარი, ინდივიდუალური პროგრამების ჩამოყალიბებაში (Benyei-Fazekas 1999:57).

უნგრეთის მსგავსად, სერბეთში მედიაგანათლების მიმართულება მე-20 საუკუნის 60-იან წლებში ძირითადად კინოხელოვნების სწავლებით ვითარდებოდა. 90-იან

წლებში სერბი მეცნიერ-მკვლევრები დაინტერესდნენ სასწავლო პროცესში სატელევიზიო პროდუქტების გამოყენებით. სერბეთში მედიაპედაგოგიკის აღმავლობის ხანად მიიჩნევა XX საუკუნის 90-იანი წლების მიწურული, როდესაც უნგრელმა მკვლევრებმა – ნ. კორაჩმა და ი. ჰოუკინსმა შეიმუშავეს მედიაგანათლების სპეციალური პროგრამა, რომელიც ითვალისწინებდა კონფლიქტის ზონაში მყოფი ქვეყნების (როგორშიც იმ დროს იმყოფებოდა სერბეთი) პოლიტიკურ, კულტურულ და სოციალურ სპეციფიკას (Korac 1999:15).

სერბეთში მედიაგანათლება ადგილს იმკვიდრებს ისეთი საგნების მეშვეობით, როგორცაა: „ინფორმატიკა“, „საგანმანათლებლო ტექნოლოგიები“, „მასობრივი კომუნიკაციები“. მედიაგანათლების მიმართულება გვხვდება, ასევე, სხვა სასკოლო თუ საუნივერსიტეტო დისციპლინათა შორის. მედიაკულტურის კურსები იკითხება პედაგოგიურ ინსტიტუტებში. სკოლებში მედიაგანათლება ინტეგრირებულია მშობლიური ენისა და ინფორმატიკის სასწავლო კურსებში, ხოლო უმაღლეს სასწავლებლებში - სოციოლოგიის, ინფორმაციული ტექნოლოგიების, პედაგოგიკის, ფსიქოლოგიის კურსებში.

თავდაპირველ ეტაპზე, მედიაპედაგოგიკა **უკრაინაშიც** კინოხელოვნების სწავლებას ეფუძნებოდა, რაც დამოკიდებული იყო ცალკეულ პედაგოგთა ენთუზიაზმზე. უკრაინული მედიაპედაგოგიკის აღმავლობის პერიოდი დაიწყო 1999 წლიდან, როდესაც ლვოვის ეროვნულ უნივერსიტეტში შეიქმნა „მასობრივი ინფორმაციის ეკოლოგიის ინსტიტუტი“ ბ. ვ. პოტიატინიკის ხელმძღვანელობით. ამ ინსტიტუტმა ურთიერთობა დაამყარა ამერიკულ მედიასაგანმანათლებლო ასოციაციებთან და გამოცდილების გაცნობისა და გაზიარების შემდეგ, დაიწყო მუშაობა ქვეყანაში მედიაპედაგოგიკის დარგის განვითარების მიმართულებით (Потятиник 2004).

ევროპული მედიაგანათლების ლიდერად გვევლინება **საფრანგეთი**, სადაც ჯერ კიდევ 1915 წელს ქვეყნის საკანონმდებლო ორგანომ დაიწყო მუშაობა ინიციატივაზე, რომელიც უკავშირდებოდა კინემატოგრაფიის სასწავლო პროცესში გამოყენების საკითხს. 1939 წელს საფრანგეთში ჩამოყალიბდა მოძრაობა „კინო და ახალგაზრდები“, მან გააერთიანა ბავშვები, რომლებიც მონაწილეობას ღებულობდნენ ფილმების განხილვაში. ეს იყო პროცესი, რომელიც უვითარებდა მოზარდებს კრიტიკულ აზროვნებას, მხატვრულ გემოვნებასა და შემოქმედებით უნარ-ჩვევებს.

1947 წელს, საფრანგეთის ახალგაზრდობისა და სპორტის სამინისტროს მხარდაჭერით, ამოქმედდა ახალგაზრდობისა და მასობრივი განათლების ინსტიტუტი, რომლის მიზანსაც წარმოადგენდა ახალგაზრდების განათლების ხელშეწყობა სხვადასხვა მეთოდით, მათ შორის, მედიასაშუალებების გამოყენების გზით.

საფრანგეთი ინარჩუნებდა ლიდერობას მედიასაგანმანათლებლო პროცესში XX საუკუნის 50-იან და 60-იან წლებშიც. 1952 წელს შემოღებულ იქნა პედაგოგთა აუდიო-ვიზუალური განათლების კურსები. 1966 წელს შეიქმნა ასოციაცია „პრესა-ინფორმაცია-ახალგაზრდობა“.

მიუხედავად იმისა, რომ კინოხელოვნებისა და ჟურნალისტიკის კურსები ისწავლებოდა საფრანგეთის თითქმის ყველა უნივერსიტეტში, მედიაგანათლება სკოლებში დიდი ხნის განმავლობაში ატარებდა ფაკულტატურ ხასიათს. მხოლოდ გასული საუკუნის 60-იანი წლების მიწურულს ამოქმედდა ოფიციალურად მედიაგანათლების სასწავლო პროგრამები საფრანგეთის 200 დაწყებით და 100-ზე მეტ საშუალო სკოლაში.

საფრანგეთში 1976 წელს მედიაგანათლება აღიარებულ იქნა, როგორც საშუალო განათლების მიმართულების ეროვნული გეგმის კომპონენტი. 1978 წელს საფრანგეთის სახელმწიფომ ოფიციალურ, საჯაროდ გამოქვეყნებულ დოკუმენტში ჩამოაყალიბა მედიასაგანმანათლებლო კონცეფციები:

- ✓ მოსწავლეებისათვის დახმარების გაწევა საკუთარი ვიდეოსიუჟეტების მომზადებაში, სხვადასხვა ტიპის აპარატებისა და ობიექტივების გამოყენების საფუძველზე;
- ✓ აუდიტორიისათვის კინემატოგრაფიის განვითარების ისტორიული ეტაპებისა და მისი ტექნიკური შესაძლებლობების გაცნობა;
- ✓ სხვადასხვა ჟანრის (ვესტერნი, კომედია, დრამა, ტრაგედია და ა. შ.) ცნების განმარტება;
- ✓ ცნობილი კინოფილმების ნახვის საფუძველზე, ცნობილი რეჟისორებისა და სცენარისტების შემოქმედების გაცნობა;
- ✓ პრაქტიკულ დონეზე მოსწავლეთა ხელშეწყობა საკუთარი როგორც მუნჯი, ასევე გახმოვანებული ვიდეომასალების ორგანიზებაში (Chevallier 1980:14).

1979 წლიდან მოყოლებული, საფრანგეთში მედიაგანათლებას უკვე მხარს უჭერდა ერთდროულად რამდენიმე სამინისტრო. მაგალითად, 1983 წლამდე განათლებისა და სპორტის სამინისტროს პატრონაჟით ხორციელდებოდა პროექტი: „ახალგაზრდა აქტიური ტელემაყურებელი“ (Le telespectateur actif), რომელიც მოიცავდა საზოგადოების ფართო ფენებს – მშობლებს, მასწავლებლებს, ახალგაზრდული კლუბების ორგანიზატორებს და ა. შ. ტარდებოდა კვლევები ტელევიზიის მოზარდ აუდიტორიაზე ზეგავლენის და, ზოგადად, ტელევიზიის როლის გამოსავლენად ახალგაზრდების ცხოვრებაში.

საფრანგეთის განათლების სამინისტროს ინიციატივით ხორციელდება პროექტი „პედაგოგიური დოკუმენტაციის ეროვნული ცენტრი“, რომელსაც გააჩნია ქვეყნის მასშტაბით ტერიტორიული ორგანოები. ცენტრის მთავარი მიზანია პედაგოგებს შორის სამეცნიერო და პრაქტიკული გამოცდილების გაზიარება, მათ შორის, მედიაგანათლების საკითხებზე. მაგალითად: ცენტრის ერთ-ერთი დეპარტამენტი ძირითადად მუშაობს სკოლებში პრესის კვირეულის ჩატარების ორგანიზების მეთვალყურეობის კუთხით. ცენტრი ატარებს კვლევებს და ამავდროულად ახორციელებს საკუთარ მედიაპროექტებს. მიუხედავად ფართო სპექტრის საქმიანობებისა, ცენტრის უმთავრეს ამოცანად რჩება მედიისა და მისი ზეგავლენის კვლევა. ცნობილია ცენტრის მიერ განხორციელებული პროექტი, რომლის სახელწოდებაცაა: „კომუნიკაციისა და მედიის შესავალი“. პროექტის ფარგლებში მოსწავლეები ეცნობოდნენ, სწავლობდნენ მედიის სხვადასხვა ფორმას (პრესა, რეკლამა, საგანმანათლებლო ლიტერატურა და ა. შ.), ასრულებდნენ შემოქმედებით დავალებებს და ა. შ.

საფრანგეთში მედიაგანათლების სფეროში საინტერესო პროექტად იქცა „პრესის კვირეული სკოლებში“, რომელიც 1976 წლიდან ტარდება საფრანგეთის სკოლებში. ამასთან, მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნა, რომ ტერმინი „პრესა“ მოიცავდა არა მხოლოდ ბეჭდურ მედიას, არამედ, ასევე, რადიო და ტელემაუწყებლობასაც (უმთავრესად, რეგიონულ მაუწყებლებს). პრესის კვირეული მიზნად ისახავს მოსწავლეებისა და პროფესიონალ ჟურნალისტთა ერთობლივ მუშაობას. როგორც წესი, მოსწავლეებმა თავად უნდა გაარკვიონ მედიის ფუნქციონირების საშუალებები, რაც ხდება ე. წ. „Learning by doing“ მეთოდით (სწავლება-შემოქმედების მეთოდის

საფუძველზე), მათ შორის მოიაზრება იმიტირებული შემოქმედებითი ხასიათის დავალებები (ანუ, დავალებები, რომლებიც პრაქტიკულად წარმოადგენენ სხვადასხვა სახისა და ჟანრის მედიატექსტების შექმნის პროცესის იმიტაციას). პრესის კვირეულში, როგორც წესი, საშუალოდ, მონაწილეობას ღებულობს 7000 ფრანგული სკოლა. 1996 წელს პრესის კვირეულში მონაწილეობას ღებულობდა 4 მილიონამდე მოსწავლე, 250 ათასი პედაგოგი და დაახლოებით 600-მდე მედიასაშუალება.

1983 წელს საფრანგეთში ჩამოყალიბებული „განათლებისა და ინფორმაციის საშუალებათა კავშირის ცენტრი“ (CLEMI) დღემდე აქტიურად მოღვაწეობს მედიაგანათლების სფეროში, ძირითადად, საფრანგეთში, თუმცა სხვადასხვა გამოცემებისა თუ ინტერნეტპუბლიკაციების დონეზე მისი საქმიანობა სცილდება ქვეყნის საზღვრებს. „განათლებისა და ინფორმაციის საშუალებათა კავშირის ცენტრის“ აღმასრულებელი დირექტორის, ე. ბევორტის, აზრით: „მედიაგანათლება აუცილებლად ესაჭიროება ახალგაზრდობას, რადგანაც მათი სოციალიზაცია უმეტესწილად ხდება მასმედიის საშუალებების საფუძველზე. მედიაგანათლება გვაძლევს საშუალებას, რომ მოსწავლეებს ავუხსნათ, თუ რას წარმოადგენს კომუნიკაციის საშუალებები, თუ როგორ ფუნქციონირებენ ისინი, როგორ იქმნება და ვრცელდება ინფორმაცია“ (Bevort 1999:33).

მედიაგანათლება საფრანგეთში ძირითადად ინტეგრირებულია სავალდებულო სასკოლო დისციპლინებში (ფრანგული ენა, ისტორია, გეოგრაფია, უცხო ენები, სოციალური მეცნიერებები და ა. შ.).

დიდ ბრიტანეთთან ერთად, დღესდღეობით, საფრანგეთი რჩება ერთ-ერთ წამყვან ევროპულ ქვეყნად, რომელიც აქტიურად განავითარებს მედიასაგანმანათლებლო პროცესს.

**დიდი ბრიტანეთის** მედიაგანათლების ისტორიაც რამდენიმე ათწლეულს მოიცავს. ჯერ კიდევ 1929 წელს ბრიტანეთის განათლების სამმართველო არწმუნებდა პედაგოგებს – განევიტარებინათ მოსწავლეებში კინოფილმების შეფასებისა და განხილვის საფეხურები (Brown 1991:57).

როგორც სხვა მრავალ ქვეყანაში, ბრიტანეთშიც მედიაგანათლება დაიწყო კინოგანათლებიდან, ხოლო შემდეგ მოიცვა უფრო ვრცელი სპექტრი (პრესა, რადიო, ტელევიზია, ვიდეო, რეკლამა, ინტერნეტი, და ა. შ.)

ბრიტანეთში არსებობს რამდენიმე ორგანიზაცია, რომლებიც მუშაობს მედიაგანათლების საკითხებზე. მათ შორის შეიძლება გამოვყოთ ბრიტანეთის კინოინსტიტუტი (British Film Institute – BFI), რომელიც დაარსდა 1933 წელს მთავრობის მიერ. ინსტიტუტში ფუნქციონირებს განყოფილება, რომელიც ფლობს მედიაკულტურასთან დაკავშირებული წიგნების, ჟურნალების და გაზეთების უნიკალურ კოლექციას. ქვეყნის განათლების განყოფილება მრავალი წლის განმავლობაში ატარებს კონფერენციებს, სემინარებს, მედიაკურსებს მასწავლებელთათვის, ახორციელებს მასშტაბურ კვლევებს, გამოსცემს წიგნებს, სახელმძღვანელოებს და მეთოდურ რეკომენდაციებს პედაგოგთათვის.

XX საუკუნის 30-იან წლებში ბრიტანული მედიაგანათლება (თუმცა იმ დროს ეს ტერმინი არ გამოიყენებოდა) ვითარდებოდა ძირითადად „პილოტური“ ხასიათის პარადიგმაში (the inoculative paradigm), რომელიც მიზანმიმართული იყო მედიის მავნე ზეგავლენის წინააღმდეგ ბრძოლისაკენ. მოგვიანებით, ბრიტანული მედიაპედაგოგიკის უმთავრეს პრობლემას წარმოადგენდა მედიაგანათლების დისციპლინისათვის საჭირო დროის გამოყოფა სასკოლო საგნების განრიგში. 60-იანი წლების დასაწყისში, დიდი ბრიტანეთის რიგ სკოლებში „ეკრანული“ განათლება წარმატებით ხორციელდებოდა ავტონომიურ რეჟიმში, მაგრამ უკვე იმ დროსაც ბრიტანელი მედიაპედაგოგები ფიქრობდნენ მედიაგანათლების „უფრო ფართოდ წარმოდგენაზე... და ეკრანული განათლების უფრო ლოგიკურად დაკავშირების თაობაზე მშობლიურ ენასთან“ (Higgins: 1964:51).

საინტერესოა 1960-იან წლებში ბრიტანელი მედიაპედაგოგის – ა. ჰოდგკინსონის მიერ მომზადებული საგანმანათლებლო პროგრამა, რომლის მიზანს წარმოადგენდა „მოსწავლეთა მიერ ტელევიზიისა და კინოფილმებისაგან მიღებული ინფორმაციისა და სიამოვნების ხარისხის ამაღლება, მათ მიერ კაცობრიობის სოციუმისა და ინდივიდუალურობის უნიკალურობის შემეცნება, თავდაცვის უზრუნველყოფა კომერციული თუ სხვა სახის ექსპლუატაციისაგან, თვითგამოხატვის ხელშეწყობა არა მარტო ტრადიციულ ფორმებში (საუბარი, მიწერ-მოწერა, ნახატი და ა. შ.) არამედ ეკრანის ენის გამოყენებით“ (Hodgkinson 1964:26).

ბრიტანული მედიაგანათლების განვითარების პროცესში ძირეული ცვლილებები განხორციელდა 1988-1989 წლებში, როდესაც ბრიტანეთის კინოინსტიტუტის

საგანმანათლებლო განყოფილების ინიციატივით, მედიაგანათლება პირველად იქცა ინგლისისა და უელსის ეროვნული საგანმანათლებლო გეგმის შემადგენელ ნაწილად. ამასთან, ყველაზე ეფექტურ გზად მედიაგანათლებაში მიჩნეული იყო ინტეგრირებული მიდგომა. დაწყებითი და საშუალო სკოლების საგანმანათლებლო გეგმის თანახმად, მედიაკულტურა ისწავლებოდა ძირითადად 11-16 წლამდე ასაკის მოსწავლეებთან, ისეთი სავალდებულო საგნის ფარგლებში, როგორცაა ინგლისური ენა. ამავდროულად, მედიაკულტურა ისწავლებოდა სხვა საგნებთან (უცხო ენები, ისტორია, გეოგრაფია, ხელოვნება, მუსიკა, ზუსტი მეცნიერებანი და ა. შ.) ინტეგრირებული ფორმითაც.

XX საუკუნის 90-იანი წლები და XXI საუკუნის დასაწყისი ითვლება მედიაგანათლების განვითარების საუკეთესო პერიოდად დიდ ბრიტანეთში. 1996 წელს ჩამოყალიბდა მედიაგანათლების ცენტრი, რომელიც გამოვიდა ფართომასშტაბიანი სამეცნიერო კვლევების ინიციატორად როგორც ბრიტანულ, ისე საერთაშორისო ასპარეზზე. აღნიშნული ცენტრი ამზადებს მაგისტრებსა და დოქტორებს მედიაგანათლების სფეროს მეცნიერებებში, ატარებს ლექციებს სპეციალიზებულ უმაღლეს სასწავლებლებში.

XXI საუკუნის დასაწყისში ბრიტანული კინოინსტიტუტი აგრძელებს ახალი მადიასაგანმანათლებლო პროგრამების აქტიურ შემუშავებას. ამგვარად, 2003 წელს გამოიცა სასწავლო სახელმძღვანელო მედიაპედაგოგებისათვის, რომლებიც მუშაობდნენ 3-დან 11 წლამდე ასაკის ბავშვებთან, სადაც უშუალოდ იკვეთებოდა „მედია და მორალის“ თემაზე ჩასატარებელი მეცადინეობების მეთოდოლოგია (BFI 2003:39-40).

მედიაპედაგოგო **ბელგიაშიც** XX საუკუნის 60-70-იანი წლებიდან ვითარდება, პირველ ეტაპზე – კინოგანათლების სახით. საერთო ჯამში, ბელგიაში მედიაგანათლება ბრიტანული მედიაგანათლების მოდელით ვითარდებოდა. 1975 წელს ბრიუსელში განათლების სამინისტროსთან შეიქმნა საბჭო „მედიაგანათლების შესახებ“, რომელშიც გაერთიანდნენ წამყვანი მედიაპედაგოგები და ექსპერტები (რ. ვანჟარმე, მ. კოლენი, მ. ფლორი და სხვები).

მედიის მუდმივად მზარდი დინამიკის და როლის გათვალისწინებით, „მედიაგანათლების საბჭომ“ შეიმუშავა საშუალო და უმაღლეს საგანმანათლებლო

დაწესებულებებში სწავლების პროცესში გამოსაყენებელი შემდეგი პრიორიტეტული მიმართულებები:

- კვლევებისა და პრაქტიკული დავალებების სტიმულირება, რომლებიც დაკავშირებულია მედიაგანათლებასთან;

- მედიისა და განათლების სფეროში მოქმედი ასოციაციების, ორგანიზაციების თანამშრომლობა;

ამასთანავე, მედიაგანათლების საბჭოს პრიორიტეტული მიმართულება გულისხმობს იმას, რომ მედიაგანათლების უმთავრეს მიზნებს უნდა წარმოადგენდეს აქტიური აუდიტორიის მომზადება, რომელსაც გააჩნია უნარი – დამოუკიდებლად გაანალიზოს სხვადასხვა სახის მედიატექსტები, შემოქმედებითად გამოიყენოს მასობრივი კომუნიკაციები პიროვნების განვითარებისათვის (Conseil 1996:15).

„ბოლო დროს, ბელგიურ მედიაგანათლებაში უფრო მეტი ყურადღება ექცევა ინტერნეტსა და მულტიმედიურ კომპიუტერულ ტექნოლოგიებს. აქ აქტიურად გამოიყენება მათი ინტერაქტიული და საიმიტაციო შესაძლებლობები“ (Conseil 2000:34).

„ბელგიაში კარგად ესმით, რომ მედიაგანათლება სკოლებში შეუძლებელია მედიაგანათლების უმაღლეს სასწავლებლებში სწავლების გარეშე. სწორედ ამიტომ სტუდენტები სწავლობენ მედიაგანათლების სპეციალურ კურსებს. სალექციო კურსებისა და პრაქტიკული მეცადინეობების დროს ბელგიელი სტუდენტები, მათ შორის მომავალი პედაგოგები, სწავლობენ მედიაკულტურის თეორიასა და ისტორიას, მედიაგანათლების ძირეულ კონცეფციებს, მედიამასალების (საგაზეთო და ინტერნეტ სტატიები, ფილმები, რადიო/ტელეგადაცემები და ა.შ.) შექმნასა და გაანალიზებას“ (Conseil 1999:75).

ბოლო დროს ძალიან აქტიურად მუშაობს „აუდიოვიზუალური მედიაგანათლების ევროპული ასოციაცია“, რომელიც სწორედ ბელგიაში შეიქმნა და რომლის მთავარ მიზანს მოზარდების მედიაგანათლება წარმოადგენს. ასოციაცია თავის საქმიანობას (პროექტებს) ახორციელებს ევროსაბჭოსთან, ევროპარლამენტთან, UNESCO-სთან პარტნიორობით. ასოციაციის მთავარ მიზნებს წარმოადგენს (Schretter 1999:151-152):

- მედიაგანათლების განვითარების ხელშეწყობა, მისი განვითარების პროცესის კვლევა;



- ფართო აუდიტორიის (მათ შორის, ახალგაზრდების), პოლიტიკური, ეკონომიკური ხელმძღვანელების, მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებათა წარმომადგენლების დარწმუნება იმაში, რომ მედიაგანათლება აუცილებლად პრიორიტეტული უნდა იყოს;

- ახალგაზრდების მომზადება ახალი საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენებაში;

- მედიის მიმართ აუდიტორიის კრიტიკული მიდგომის განვითარების ხელშეწყობა;

- მედიაგანათლებისათვის ევროპაში „მუდმივის“ (არაერთჯერადი, არადროებითი) სტატუსის მინიჭება;

- მედიაგანათლების მეთოდების შესახებ ინფორმაციის გაცვლა, მათ შორის, „მედიასაგანმანათლებლო მასალების მონაცემთა ევროპული ბანკის“ შექმნა, რომელიც ხელმისაწვდომი იქნება თითოეული მედიაპედაგოგისათვის;

- კონფერენციების, სემინარების, მედიაპედაგოგების სიმპოზიუმების ორგანიზება;

- თანამშრომლობა მედიისა და განათლების სფეროში მოღვაწე სხვადასხვა ორგანიზაციასთან.

მედიაგანათლება **შვედეთში** ოფიციალურად იყო ინტეგრირებული სასწავლო გეგმაში 2000 წლის შემოდგომიდან. შვედი მედიაპედაგოგები ხელმძღვანელობენ მედიაპედაგოგიკის კულტუროლოგიური კონცეფციებით, რომლებიც ხელს უწყობენ აუდიტორიის კრიტიკული აზროვნების განვითარებას. საგანმანათლებლო დაწესებულებებში მედიაგანათლება ემსახურება შემდეგ ძირითად მიზნებს: ა) სხვადასხვა სახისა და ჟანრის მედიატექსტების აღქმა და ანალიზი; ბ) მედიის ენის თავისებურებების/სპეციფიკის შესწავლა; გ) მედიაკულტურული ნიმუშების შექმნის პროცესის ათვისება; დ) თანამედროვე დემოკრატიულ საზოგადოებაში მაღალი პასუხისმგებლობის მქონე მოქალაქის აღზრდა.

ერთ-ერთი წამყვანი შვედი მკვლევრისა და მედიაპედაგოგის ფელიტცენის მოსაზრებით, „მედიაგანათლებას უმნიშვნელოვანესი როლი აკისრია მოსწავლეებისა და სტუდენტების კრიტიკული აზროვნების განვითარებაში, საკუთარი მედიატექსტების შექმნის პრაქტიკული უნარ-ჩვევების განვითარებაში,

დემოკრატიული ფასეულობების გავრცელებაში, გლობალიზაციის დადებითი მხარეების გამოყენებაში“ (Feilitzen 1999:8).

**ავსტრიაში** მედიაგანათლება ოფიციალურად იყო ინტეგრირებული სასწავლო გეგმაში 1973 წლიდან. მედიაგანათლების სასწავლო კურსს აქტიურად უჭერდა მხარს მთავრობა. ავსტრიის განათლების სამინისტროსთან არსებობდა სპეციალური განყოფილება, რომელიც მუშაობდა მედიაპედაგოგიკის პრობლემატიკაზე. მედიაკულტურის კურსები იკითხებოდა უნივერსიტეტებში, ახალგაზრდულ მედიაცენტრებში, განსხვავებული ასაკის აუდიტორიისათვის განკუთვნილ სხვადასხვა სახის სემინარებზე. ამასთან ერთად, გამოიცემოდა უამრავი პუბლიკაცია, სპეციალური ჟურნალები და გაზეთები, რომლებშიც ასახული იყო მედიის საკითხებზე ჩატარებული კვლევების შედეგები და სიახლეები მედიაგანათლების სფეროში.

ავსტრიაში ახალი საგანმანათლებლო სტანდარტის განვითარება დაიწყო 1994 წლიდან. ის მიზნად ისახავდა სასკოლო დისციპლინების საშუალებით მედიაგანათლების კურსის გავრცობას ექვსიდან ცხრამეტი წლის ასაკის მოსწავლეებისათვის. ავსტრიელი მედიაპედაგოგები ცდილობენ განუვითარონ აუდიტორიას კრიტიკული აზროვნება და მედიატექსტებთან მუშაობის შემოქმედებითი უნარ-ჩვევები პრაქტიკული დავალებების შესრულების საფუძველზე. მედიასაგანმანათლებლო მეცადინეობები ძირითადად მოიცავენ ისეთ თემებს, როგორცაა: აღქმისათვის საჭირო უნარ-ჩვევების განვითარება, ვიზუალური წიგნიერების საფუძვლები, მედიასტერეოტიპიზაცია, მედიის ენა, მედიის ზეგავლენა საზოგადოებაში დემოკრატიული პროცესების განვითარებაზე და ა. შ.

**ესპანეთში** მედიაგანათლება ინტეგრირებულია საშუალო სკოლების სასწავლო გეგმებში 1990 წლიდან, თუმცა ეს პროცესი მიმდინარეობდა არჩევითობის საფუძველზე, სწორედ ამიტომ მისი დანერგვა სასწავლო პროცესში დამოკიდებული იყო სკოლასა და პედაგოგიურ კოლექტივზე. მანამდე კი, მრავალი წლის განმავლობაში, სწავლება მასობრივი კომუნიკაციების მასალებზე დაყრდნობით ხორციელდებოდა რამდენიმე ასოციაციის ძალისხმევით: Entrelines (ვალენსია), Mitjans, Teleduca (კატალონია), Apuma (მადრიდი), Comunicar (ანდალუზია), Pe de

Imaxe (გალისია), Heko (ბასკური პროვინცია), Cometa (არაგონი), Ma-vie (კანარის კუნძულები), რომლებიც აერთიანებენ სხვადასხვა რეგიონის პედაგოგებს (Huerta 2002).

„ესპანეთში პედაგოგთა უმრავლესობა ხაზს უსვამს იმ სირთულეებს, რომლებსაც ეჯახებოდნენ მედიაგანათლების განვითარების პროცესში, მაგალითად, ეს იყო რესურსების ნაკლებობა, სახელმწიფოს მხრიდან ნაკლები მხარდაჭერა. თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიების გავრცელება სკოლებში ხშირად იწვევს მედიაგანათლებისა და სწავლების ტექნიკური საშუალებების გამოყენების ცნებების აღრევას“ (Corominas 1994).

**იტალიაში** მედიაგანათლების მთავარ დასაყრდენს წარმოადგენს ბოლონიის უნივერსიტეტი, სადაც იყო შემუშავებული სასწავლო გეგმა, რომელიც ითვალისწინებდა ვიზუალური ხელოვნების, ისტორიის, კინემატოგრაფიის, მედიისა და სხვათა შესწავლას. გეგმა იყო მხარდაჭერილი იტალიის განათლების სამინისტროს მიერ.

იტალიის უმაღლესი განათლებისა და სამეცნიერო კვლევების სამინისტრომ 1991 წელს დაამტკიცა მედიაგანათლების კურსების პროგრამა ქვეყნის ექვს წამყვან უნივერსიტეტში – რომში, ბოლონიაში, ტურინში, სიენაში, პალერმოსა და ნეაპოლში. ამ დროიდან უმაღლესი სასწავლებლების მედიაკურსები სტუდენტთათვის აღარ წარმოადგენდა მხოლოდ არჩევით საგანს – ისინი იქცა ოფიციალური სასწავლო გეგმის შემადგენელ ნაწილად. მოცემული კურსების საფუძველზე, პირველი ორი წლის განმავლობაში სტუდენტები ეუფლებიან სოციოლოგიას, მედიაფსიქოლოგიასა და ეკონომიკას, მასობრივი კომუნიკაციების თეორიას, ხოლო მომდევნო 3 წლის მანძილზე გადიან სპეციალიზაციას მედიის ერთ-ერთ წამყვან სახეობაში (პრესა, ტელევიზია, კინო და ა.შ.) (Rivoltella 2001).

**ავსტრალია** თანამედროვე მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე წარმატებული ქვეყანაა მედიაგანათლების სფეროში. მედიის სწავლება აქ უზრუნველყოფილია ავსტრალიის განათლების სისტემის სასწავლო გეგმით. ავსტრალიის მედიაგანათლების შემომქმედნი გაერთიანებულნი არიან პროფესიონალთა ასოციაციაში (Australian Teachers of Media - ATOM), რომელიც ატარებს რეგულარულ კონფერენციებს, გამოსცემს წიგნებს, აუდიო-ვიზუალურ საგანმანათლებლო სახელმძღვანელოებს და ა. შ.

მედიაგანათლება ავსტრალიაში ძირითადად ხორციელდება მაღალ კლასებში, თუმცა მოიცავს დაწყებით სკოლასაც. მაღალ კლასებში მედიაგანათლება ისწავლება ავტონომიური კურსების სახით, თუმცა, ამავდროულად, ის ინტეგრირებულია ისეთ სასკოლო დისციპლინებში, როგორცაა „ინგლისური ენა“, „ხელოვნება“, „ტექნოლოგიები“ და სხვა. ავსტრალიელ პედაგოგთა უმრავლესობას სწამს იმისა, რომ მედიაწიგნიერება აუცილებელია სასწავლო პროცესისათვის, „რადგან ეს მედია - კულტურის გავრცელების საშუალება და ახალი ცოდნის წყაროა“ (Greenway 1997:187).

მედიაგანათლების გლობალურ ფასეულობებს ავსტრალიელი პედაგოგები ხედავენ იმაში, რომ „მედიაწიგნიერება გარდაიქმნას პროცესში, რომელიც ვითარდება ადამიანის მთელი ცხოვრების მანძილზე“ (McMahon 1997:316).

**კანადაში** მედიაგანათლების ისტორია დაიწყო კინოხელოვნების სწავლების სპეცურსის საფუძველზე. „XX საუკუნის 60-იან წლებში კინოგანათლება იქცა ჩვეულებრივ მოვლენად კანადის საშუალო სკოლებში“ (Andersen 1999:140). 1968 წელს შეიქმნა ორგანიზაცია, რომელმაც გააერთიანა კანადელი მედიაპედაგოგები. ეს მოძრაობა ცნობილი იყო „ეკრანული განათლების“ (Screen Education) სახელწოდებით.

იმდროინდელი კანადელი მედიაპედაგოგების აზრით, „ეკრანული განათლება მდგომარეობს იმაში, რომ გადავარჩინოთ ბავშვები ფილმებისა და ტელეგადაცემების უბრალოდ პასიური ყურებისაგან, – შევასწავლოთ მათ შეფასება, ხელი შევუწყოთ მათი გონიერების ხარისხის, ეკრანული მედიატექსტების აღქმისა და ანალიზის ხარისხის ამაღლებას, გავზარდოთ მათი კმაყოფილების გრძნობა ეკრანიდან მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე, გავაუმჯობესოთ მათი ცნობიერება კინოსტატობის დარგში. ამას ორი მხარე გააჩნია. პირველი უკავშირდება ფილმის, ტელეგადაცემის, როგორც მხატვრული ნაწარმოების, შეფასებას, ხოლო მეორე მიმართულება უნდა დაეხმაროს ახალგაზრდებს შეიმუშაონ თავდაცვის მექანიზმები შესაძლო მანიპულირების/ექსპლუატაციის, ზემოქმედების წინააღმდეგ, დაეხმაროს მოსწავლეებს ობიექტურად გაართვან თავი ვიზუალური მედიის უარყოფით ზეგავლენას. ერთი სიტყვით, ეკრანული განათლების მიზანი მდგომარეობს იმაში, რომ ვასწავლოთ ახალგაზრდებს კრიტიკული ანალიზი, მოხერხებულობა, კარგ და

ცუდ ფილმებს/ტელეგადაცემებს შორის სხვაობის გამოვლენა... ამასთანავე, ვასწავლოთ საუკეთესოსთვის უპირატესობის მინიჭება და აღქმა“ (Stewart 1969:5).

ამგვარი შეხედულების საინტერესო დასაბუთებას ვხვდებით კანადელი მედიაპედაგოგის ჯ. მურის ნაშრომში: „ჩვენ უნდა შევეჯახოთ ეკრანის პირდაპირ გამოწვევებს - არა მხოლოდ ტელევიზიისა და ფილმების ზეგავლენის ხარისხის გამო, არამედ იმიტომ, რომ მათ შეუძლიათ უზრუნველგვყონ კულტურის მდიდარი გამოცდილებითა და მაღალი ხარისხის მხატვრული განვითარების უნარ-ჩვევებით“ (Moore 1969:9).

მიუხედავად ევროპული მედიაგანათლების მიღწევებისა, უკანასკნელ 10-15 წლების პერიოდში ლიდრობას ამ სფეროში სტაბილურად ინარჩუნებს კანადა. მედიაკულტურა აქ წარმოადგენს ინგლისური ენის სასკოლო სწავლების გეგმის განუყოფელ ნაწილს. მედიაკურსები იკითხება კანადის თითქმის ყველა უნივერსიტეტში. კანადის თითქმის ყველა პროვინციაში არსებობს მედიაგანათლების შემოქმედთა ასოციაცია, რომელიც ატარებს სამეცნიერო-მეთოდურ კონფერენციებს, გამოსცემს მედიასაგანმანათლებლო ჟურნალ-გაზეთებს, ბეჭდავს სასწავლო-მეთოდურ მასალებს და ა. შ.

კანადელი მედიაპედაგოგების მრავალწლიანი მცდელობების შედეგად, 1999 წლის სექტემბერში მედიაკულტურის შესწავლა სავალდებულო საგნად იქცა კანადის საშუალო სკოლების ყველა მოსწავლისათვის 1-დან 12 კლასის ჩათვლით.

მედიაგანათლება რაღაც დოზითა და სხვადასხვა ცალკეული მიმართულებით (კინოგანათლება, მედიაგანათლება პრესისა და რადიოს მასალებზე დაყრდნობით და სხვა) აშშ-ში წარმოდგენილი იყო XX საუკუნის 20-30-იან წლებში (Costanzo 1992:73).

1958 წლიდან აშშ-ში დაიწყო გავრცელება სასკოლო პროგრამამ „გაზეთი კლასში“, რომელსაც აფინანსებდა ამერიკული საგაზეთო ასოციაცია (American Newspaper Publishers Association (ANPA), მასში იყო გაერთიანებული 95000 პედაგოგი 34000 სკოლიდან და 5 მილიონზე მეტი მოსწავლე.

70-იან წლებში აშშ-ში კინოგანათლება იწყებს საყოველთაო ტრანსფორმირებას მედიაგანათლებაში (ანუ განათლებაში, რომელიც ეფუძნებოდა იმდროინდელი მასობრივი ინფორმაციისა და კომუნიკაციის საშუალებათა სპექტრს - პრესას, ტელევიზიას, კინოს, რადიოს და ა. შ.). საშუალო სკოლების დაახლოებით 35%-დან

40%-მდე სთავაზობს მოსწავლეებს მოდულებსა თუ კურსებს, რომლებიც განსაზღვრულია, როგორც „მედია“ ან „მასობრივი კომუნიკაცია“ (Sim 1977:75).

80-იან წლებში მედიაგანათლება აშშ-ში აგრძელებდა თავისი ზემოქმედების სფეროს გაფართოებას. ერთიმეორის მიყოლებით, ქვეყნის სხვადასხვა შტატში იქმნებოდა პედაგოგიური და კვლევითი ასოციაციები, რომელთა მიზანს წარმოადგენდა მედიისა თუ მედიაკულტურის ამა თუ იმ ასპექტების შეტანა სკოლებისა და უმაღლესი სასწავლებლების სასწავლო პროცესში. უნივერსიტეტთა უმრავლესობისათვის მედიაკურსები 80-იან წლებში იქცა ჩვეულებრივ მოვლენად. მიუხედავად ამისა, მედიაგანათლებამ ამ პერიოდში მაინც ვერ შეიძინა სავალდებულო დისციპლინის სტატუსი დაწყებით და საშუალო სკოლებში.

მედიაგანათლება 80-იანი წლების აშშ-ში ძირითადად ხასიათდებოდა ტრადიციულ სასკოლო პროგრამაში მისი ინტეგრირების ნებაყოფლობითი მცდელობებით. ცალკეული მასწავლებლები ცდილობდნენ მედიაგანათლების შეტანას ჰუმანიტარული და ტექნოლოგიური დისციპლინების კურსებში.

მედიაგანათლების განვითარებაში 80-იან წლებში დიდი როლი ითამაშა მოზარდი თაობის არასასკოლო პერიოდში სწავლებამ. აქ უნდა აღინიშნოს სპეციალური საგანმანათლებლო ტელეგადაცემების არსებობა, მედიაპროგრამები მუზეუმებსა და გალერეებში, მრავალრიცხოვანი საბავშვო და ახალგაზრდული კინო-ტელეფესტივალებისა და გამოფენების ორგანიზება. არაფორმალური არასასკოლო პროგრამები ვრცელდებოდა ქვეყნის ყველა შტატში. მაგრამ, სამწუხაროდ, მათ არ ჰქონიათ დიდი ზეგავლენა ამერიკული სასკოლო განათლების პროგრამაზე.

XXI საუკუნის დასაწყისისთვის უკვე შეიძლება საუბარი ამერიკული მედიაპედაგოგიკის შემდგარ სისტემაზე, რომელიც ინტერნეტსაიტების, პუბლიკაციების, კონფერენციების დახმარებით ახდენს ზეგავლენას სხვა ქვეყნებზეც. აშშ-ში აქტიურად მოქმედებს რამდენიმე მედიაპედაგოგიკური ასოციაცია: მედიაგანათლების ცენტრი ვაშინგტონში, მედიაწიგნიერების ცენტრი ლოს-ანჯელესში, მოძრაობა „მოქალაქეები მედიაწიგნიერებისაკენ“ ჩრდილოეთ კაროლინაში, მედიაგანათლების ცენტრი ნიუ-მექსიკოში, საგანმანათლებლო ვიდეოცენტრი ნიუ-იორკში, ასოციაციები „მედიაწიგნიერების სტრატეგიები“ და კულტურისა და მედიახელოვნების ეროვნული ალიანსი სან-ფრანცისკოში,

ტელევიზიისა და მედიის ეროვნული საბჭო ვირჯინიაში, მედიახელოვნების ცენტრი სიეტლში, მედიაგანათლების ფონდი და სხვები.

მედიაგანათლების ავტორიტეტის ზრდამ გამოიწვია ის, რომ აშშ-ში XX საუკუნის 90-იან წლებში 12 შტატმა შეიტანა თავიანთ საგანმანათლებლო სტანდარტებში მედიაგანათლებისა და მედიაწიგნიერების კურსები. მოგვიანებით იმ შტატთა რაოდენობა, რომლებმაც შეიტანეს მედიაგანათლების კურსი თავიანთი სკოლებისა და უმაღლესი სასწავლებლების სასწავლო გეგმებში, შეადგენდა 48-ს (Kubey 2000:9).

1980-იან წლებში მედიაგანათლება ამერიკაში გამოიყენებოდა, როგორც სატელევიზიო რეფორმის საგანმანათლებლო სტრატეგია, ჯანსაღი ცხოვრების წესის პროპაგანდა. ასე, მაგალითად, სპეციალურ ბროშურაში, რომელიც 1997 წელს დაიბეჭდა ამერიკის ჯანდაცვისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს მიერ, მედიაგანათლება იყო მიჩნეული ნარკომანიის წინააღმდეგ ბრძოლის საუკეთესო საშუალებად (Kubey 1998:65).

**რუსეთში** მედიაგანათლების ისტორია სათავეს 1919 წლიდან იღებს, როდესაც მოსკოვში გაიხსნა კინოსკოლა. იმავე წელს პეტროგრადში გაიხსნა ფოტოსა და ფოტოტექნიკის ინსტიტუტი (მოგვიანებით – თეატრის, მუსიკისა და კინოს ლენინგრადის სახელმწიფო უნივერსიტეტი). მედიაკადრებს ამზადებდნენ ქვეყნის წამყვანი უმაღლესი სასწავლებლების ჟურნალისტიკის ფაკულტეტები. ქვეყნის საერთო მედიაგანათლების უმნიშვნელოვანეს კომპონენტს წარმოადგენდნენ 1920-იან წლებში კინოკლუბები, მოყვარულთა კინოსტუდიები, ახალგაზრდა კორესპონდენტთა წრეები.

1925 წლიდან, რუსეთში ინტენსიურ საქმიანობას ეწეოდა საბჭოური კინოს მეგობართა საზოგადოება, რომელიც რამდენიმე წლის განმავლობაში გამოსცემდა საკუთარ გაზეთს „კინო“. პარალელურად, ვითარდებოდა სკოლის მოსწავლეებისა და ახალგაზრდების მედიაგანათლება პრესის მასალებზე დაყრდნობით.

რუსეთის მედიაგანათლების მრავალი წამოწყება იყო ლიკვიდირებული 1934 წელს, როდესაც გადაწყდა საბჭოური კინოს მეგობართა საზოგადოების დაშლა. 1930-იანი წლების მეორე ნახევრიდან 1950-იან წლებამდე ნებადართულიყო ძირითადად მხოლოდ „პროპაგანდისტული ღონისძიებები“. მედიაგანათლების აღორძინება რუსეთში იწყება 1950-იანი 1960-იანი წლების მიჯნაზე, კინემატოგრაფისტთა

კავშირისა და სსრკ-ის ჟურნალისტთა კავშირის შექმნის შემდეგ. 1960-1980-იან წლებში შემუშავდა კინოხელოვნების საფუძვლების პროგრამები სკოლებისა და უმაღლესი პედაგოგიკური სასწავლებლებისათვის. 1970-იან წლებში იწყება ტექნიკური განათლების ჰუმანიტარიზაციის პროცესი.

ე. წ. „პერესტროიკის“ პერიოდმა გაამწვავა რუსული მედიაპედაგოგიკის ძირითადი პრობლემები: სასკოლო აუდიტორიის მაყურებლის საკმაო გამოცდილება – ერთი მხრივ, და მასწავლებელთა მოუმზადებლობა საგანმანათლებლო პროცესში მედიასაშუალებების გამოყენების თვალსაზრისით და მედიაგანათლების სუსტი მატერიალური მხარდაჭერა – მეორე მხრივ. მიუხედავად ამისა, „პერესტროიკის“ პერიოდში აგრძელებდნენ მუშაობას სასკოლო კინოთეატრები, რომლებიც იყენებდნენ უკვე ტრადიციულ ფორმებს: ლექციები, რომლებსაც თან ახლდა ფილმის ჩვენებები, კინოდღესასწაულები და კინოფესტივალები, კინემატოგრაფიის ოსტატებთან შეხვედრები და ა. შ.

XX საუკუნის ბოლო წლებში და XXI საუკუნის დასაწყისში მკვეთრად გამოიხატა მაღალი ინტერესის ტენდენცია მედიამასალებისადმი: პრესის, კინემატოგრაფიის, ტელევიზიის, ვიდეოს, ინტერნეტისადმი და ა. შ. არსებულმა სიტუაციამ გამოიწვია რუსეთის მედიაგანათლების ერთიანი კონცეფციის შემუშავება. კონცეფცია მოიცავდა იმ გამოცდილებას, რომელიც ახასიათებდა რუსეთის მედიაპედაგოგიკას როგორც ტრადიციულ მასალებზე, ისე ახალ ეკრანულ ხელოვნებაზე დაყრდნობით. მაგალითად, რუსეთის განათლების აკადემიის, საერთო საშუალო განათლების ინსტიტუტმა სკოლისათვის შეიმუშავა „ოპტიმალური ინფორმაციულ-პედაგოგიკური გარემოს“ მოდელი. ამ მიზნის განხორციელებისათვის სთავაზობდნენ სკოლების მედიათეკების ქსელის ორგანიზებას. 90-იანი წლების დასაწყისში მედიათეკები გაიხსნა მოსკოვის, პეტერბურგის და სხვა სკოლებში. ასევე, იყო შემუშავებული პროგრამა (ავტორები: ა.ვ. შარიკოვი, ე.ა. ჩერკაშინი), რომელიც მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებებს მიზანმიმართულად აახლოებდა მოზარდებთან. მოცემული პროგრამის სპეცკურსები ტარდებოდა რუსეთის სხვადასხვა ქალაქში (Шариков 1991).

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ მედიაპედაგოგიკის ისტორია და თანამედროვე მედიასაშუალებების განვითარება სხვადასხვა ქვეყანაში ისახავს



საერთო მთავარ მიზანს, ოღონდაც ცალკეულ ქვეყნებში ჩამოყალიბდა განსხვავებული გამოცდილებები, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმ ქვეყნებისათვის, სადაც მედიაგანათლება ახლა იწყებს განვითარებას.

საქართველოში მედიასაგანმანათლებლო პრობლემები გასული საუკუნის შუა პერიოდიდან იწყებს ასახვას. ფაქტობრივად, ეს არის ქართული ტელევიზიის შექმნის პერიოდი, თუმცა მანამდეც რადიოგადაცემები საინტერესო და მრავალფეროვან პროგრამებს მოიცავდა: ეს იყო დილის და საღამოს ეთერში გასული საბავშვო გადაცემები თუ სხვადასხვა სახის ლიტერატურული, თეატრალური, მხატვრული კითხვის პროგრამები.

1980-1990 წლებში გაზეთებში გამოქვეყნებული სატელევიზიო პროგრამების ანალიზი ცხადყოფს საბავშვო გადაცემათა მრავალფეროვნებას.

ჩავატარეთ კვლევა.

**კვლევის მიზანი:** მედიით (ტელევიზიით) განათლების მიზნით გადაცემული მასალების სარგებლიანობის ხარისხის დადგენა.

**მონაწილენი:**

პირველი ჯგუფი - 50-60 წლის ადამიანები;

მეორე ჯგუფი - 30-40 წლის ადამიანები;

მესამე ჯგუფი - 10-20 წლის ადამიანები.

(თითოეულ ჯგუფში 30, სულ – 90 რესპოდენტი).

**კვლევის მეთოდი:** ინტერვიუ.

**პროცედურა:** კვლევის მონაწილენი შერჩეულ იქნა წინასწარი გაფრთხილების გარეშე. ყველა მათგანს მიეცა ერთი კითხვა. პასუხები დახარისხდა სპეციალური პროგრამით.

**ინტერვიუს შეკითხვა:** დაასახელეთ თქვენი ბავშვობიდან დღემდე განათლების მიზნით გადაცემული ის ტელეგადაცემა, რომელიც დაგეხმარათ ცოდნის გაღრმავებაში.

**კვლევის შედეგები:**

პირველი ჯგუფი: გადაცემა „გაკვეთილები ცალკეულ სასწავლო საგნებში“ (უმეტესობა ასახელებს უცხო ენის გაკვეთილებს).

მეორე ჯგუფი: „საუბრები ლიტერატურაზე“;

მესამე ჯგუფი: „ეტალონი“.

კვლევის შედეგების ანალიზი ცხადყოფს, რომ მედიით მიღებული განათლება ღრმა კვალს ტოვებს ადამიანის ცნობიერებაში.

კვლევის პროცესში, განათლების სისტემის ღვაწლმოსილი პედაგოგების (მუშაობის გამოცდილება – 40-45 წელი) გამოცდილების გაზიარებისა და ჟურნალებში: „სკოლა და ცხოვრება“ (1980, №2), „ქართული ენა და ლიტერატურა“ (1978, №3), „ბალავარი“ (1984, №5), „ბიოლოგია სკოლაში“ (1985, №10), „უცხოური ენები სკოლაში“ (1986, №6) გამოქვეყნებული სტატიების ანალიზით, ცხადი გახდა, რომ განსაკუთრებული ყურადღება ექცეოდა სასწავლო პროცესში ე. წ. „ტექნიკური საშუალებების“ გამოყენებას. განათლების განყოფილებებთან არსებობდა სასწავლო ფილმების ფილმოთეკა, რომელსაც შესაბამისი მეთოდისტი ემსახურებოდა. ფილმოთეკაში განთავსებული იყო სასწავლო ფილმები ყველა სასწავლო საგნისთვის. ეს იყო მწერალთა ცხოვრების, ისტორიული მოვლენების, ბიოლოგიური თუ სხვა თემების ამსახველი ფილმები. არჩევანი საკმაოდ მდიდარი იყო. სასწავლო ფილმების გამოყენების რაოდენობა და ხარისხი კონტროლს ექვემდებარებოდა.

სასწავლო პროცესში მედიასაშუალებების გამოყენების ხარისხი გაიზარდა ბოლო ათწლეულში, რისი საფუძველიც სასწავლო გეგმებით მისაღწევი სტანდარტები და, ცხადია, მედიასაშუალებების განვითარება გახდა.

საშუალო სკოლის V – X კლასების 60 მოსწავლესთან გასაუბრებით გაირკვა, რომ მედიასაშუალებებს, განსაკუთრებით, ინტერნეტს ისინი იყენებენ იმ დავალებების შესასრულებლად, რომლებიც პრეზენტაციისათვის არის წარსადგენი, ასევე, ცალკეული საშინაო დავალების შესრულებისათვის (მწერლის ცხოვრება; ისტორიული მოვლენა; ლექსის, მოთხრობის, ილუსტრაციის მოძიება და სხვა).

სამწუხაროდ, სამეცნიერო-მეთოდური ლიტერატურის ანალიზი ცხადყოფს, რომ მედიაპედაგოგიკასთან დაკავშირებული კვლევები, სტატიები, ნაშრომები მწირია, ნაკლებად გვხვდება თარგმნილი ლიტერატურა.

### § 3. მედია და ბავშვთა უფლებების დაცვა

ბავშვებთან დაკავშირებული პრობლემები მედიასაშუალებებში სხვადასხვა თემატიკითა და მიმართულებით შუქდება, რაც, არცთუ იშვიათად, იწვევს აზრთა სხვადასხვაობას, ამიტომაც საჭიროდ მივიჩნიეთ სათაურში მითითებული პრობლემის განხილვა.

საქართველოს კონსტიტუციის თანახმად, დედათა და ბავშვთა უფლებები დაცულია კანონით (მუხლი 36, ნაწილი 3). ბუნებრივია, ბავშვთა უფლებები ფართო ცნებაა და ყველა მიმართულებას ცალკეული ნორმა არეგულირებს. მედიასთან მიმართებაში კი ბავშვთა უფლებები მხოლოდ ნაწილობრივ არის რეგლამენტირებული. კერძოდ, საქართველოში მედიასფეროში ბავშვთა უფლებების დაცვის საკანონმდებლო გარანტიები ძირითადად არსებობს მხოლოდ რადიო და სატელევიზიო მედიასაშუალებებთან მიმართებაში. ნაწილობრივ ასეთი რეგულაციები ვრცელდება ბეჭდურ მედიაზეც.

საქართველოში საერთოდ არ რეგულირდება ე. წ. ახალი (ინტერნეტ) მედია. ამ სფეროში პრაქტიკულად ყველაფერი ნებადართულია. მხოლოდ სისხლის სამართლის კოდექსში არსებობს ინტერნეტმედიაში ბავშვთა მავნე ზეგავლენისგან დაცვის ნორმა, თუმცა ეს ეხება მხოლოდ პორნოგრაფიას და ძალადობას. კერძოდ, საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსის (მუხლი 255, ნაწილი 2) თანახმად, აკრძალულია: „წინასწარი შეცნობით არასრულწლოვნის გამოსახულების შემცველი პორნოგრაფიული ნაწარმოების შექმნა, შენახვა, შეთავაზება, გავრცელება, გადაცემა, რეკლამირება ან ხელმისაწვდომობის სხვაგვარი უზრუნველყოფა“. ამ მუხლის განმარტებისათვის, არასრულწლოვნის გამოსახულების შემცველ პორნოგრაფიულ ნაწარმოებად ითვლება ნებისმიერი მეთოდით დამზადებული ვიზუალური ან აუდიომასალა, რომელშიც სხვადასხვა საშუალებით წარმოდგენილია კონკრეტული არასრულწლოვნის მონაწილეობა ნამდვილ ან სიმულირებულ სექსუალურ სცენებში, გამოყენებულია მისი ხმა ან მომხმარებლის სექსუალური მოთხოვნის დაკმაყოფილების მიზნით ნაჩვენებია არასრულწლოვნის გენიტალური ორგანოები.

მართალია, ამ ნორმაში უშუალოდ მითითებული არ არის ახალი მედია, თუმცა უნდა ვივარაუდოთ, რომ ტერმინი „გავრცელება“, სხვა მედიასაშუალებებთან ერთად, ახალ მედიასაც გულისხმობს.

სისხლის სამართლის კოდექსში არსებობს კიდევ ერთი ნორმა, რომელიც ბავშვებს ძალადობის შემცველი მედიამასალისგან იცავს. კერძოდ, საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსის 256-ე მუხლით „აკრძალულია დამზადება, გავრცელება, ჩვენება ან შენახვა გავრცელებისა და ჩვენების მიზნით კინოფილმისა, ვიდეოფილმისა ან სხვაგვარი ნაწარმოებისა, რომელიც პროპაგანდას უწევს ძალადობის ან სისასტიკის კულტს“. ამ შემთხვევაშიც, რადგან პირდაპირ არ არის განსაზღვრული „გავრცელების“ მეთოდი, უნდა ვივარაუდოთ, რომ ეს ნორმა ახალ მედიასაც უწესებს შეზღუდვებს.

სამაგიეროდ, ე. წ. „ტრადიციული ელექტრონული მედია“ შეზღუდულია ბავშვთა საკითხების გაშუქების და ბავშვების, როგორც ტელემაყურებლების, ინტერესებისა და უფლებების გათვალისწინების თვალსაზრისით.

საქართველოში საერთაშორისო სამართლის ნორმებს კონსტიტუციის შემდეგ უპირატესი იურიდიული ძალა გააჩნია შიდასახელმწიფოებრივ კანონმდებლობასთან მიმართებაში. სწორედ ამიტომ, მედიაში ბავშვთა უფლებების დაცვის გარანტიების განხილვის დროს, უპირველესად, ბავშვის უფლებათა კონვენციას წარმოვადგენთ, რომელსაც საქართველო შეუერთდა 1994 წლის 21 აპრილს.

ბავშვის უფლებათა კონვენცია (მუხლი 17) ადგენს ინფორმაციისა და მასალების მიღების, მედიასთან ურთიერთობების და მედიასაშუალებებში ბავშვთა საკითხების გაშუქების ზოგად, საერთაშორისო სტანდარტებს. კერძოდ, კონვენციის თანახმად, „მონაწილე სახელმწიფოები (მათ შორის, საქართველოც) აღიარებენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა მნიშვნელოვან როლს და უზრუნველყოფენ ბავშვისათვის სხვადასხვა ეროვნული და საერთაშორისო წყაროებით გავრცელებული ინფორმაციისა და მასალების მისაწვდომობას, განსაკუთრებით, ისეთი ინფორმაციისა და მასალების, რომლებიც მიმართულია ბავშვის სოციალური, სულიერი და მორალური კეთილდღეობისაკენ, აგრეთვე, ჯანსაღი ფიზიკური და ფსიქიკური განვითარების ხელშეწყობისაკენ. ამ მიზნით, მონაწილე სახელმწიფოები:

ა) ახდენენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით იმ ინფორმაციისა და მასალების გავრცელების წახალისებას, რომელიც სასარგებლოა ბავშვის სოციალური და კულტურული განვითარების თვალსაზრისით;

ბ) ახდენენ საერთაშორისო თანამშრომლობის წახალისებას სხვადასხვა

კულტურული, ეროვნული და საერთაშორისო წყაროებიდან მოპოვებული ამგვარი ინფორმაციისა და მასალების მომზადების, გაცვლისა და გავრცელების მიზნით;

გ) ახდენენ საბავშვო ლიტერატურის გამოცემისა და გავრცელების წახალისებას.

დ) ახდენენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების წახალისებას, რათა მათ განსაკუთრებული ყურადღება დაუთმონ იმ ბავშვის ენობრივ მოთხოვნილებებს, რომელიც მიეკუთვნება რომელიმე უმცირესობის ჯგუფს ან მკვიდრ მოსახლეობას;

ე) ახდენენ იმ სახის ინფორმაციისა და მასალებისაგან ბავშვის დაცვის სათანადო პრინციპების შემუშავების წახალისებას, რომელიც საზიანოა მისი კეთილდღეობისათვის“ (კონვენცია 1989).

ზემოთ აღნიშნული საერთაშორისო სტანდარტები, თავის მხრივ, სახელმწიფოებს ავალდებულებს, რომ შექმნან შესაბამისი შიდასახელმწიფოებრივი ნორმები და პირობები. საქართველომ ეს ვალდებულება მხოლოდ ნაწილობრივ შეასრულა ე. წ. „ტრადიციულ მედიასაშუალებებთან“ მიმართებაში. ბავშვის უფლებათა კონვენცია არ აკონკრეტებს მედიასაშუალებების სახეებს. კონვენცია იყენებს ტერმინს „მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები“, რომელიც, ბუნებრივია, მოიცავს ახალ მედიასაც. შესაბამისად, სახელმწიფოებმა, მათ შორის, საქართველომაც, საჭირო რეგულაციები და პირობები ახალი მედიისთვისაც უნდა შექმნას.

საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოში მოქმედი სატელევიზიო და რადიომაუწყებლობისთვის აწესებს გარკვეულ შეზღუდვებს. კანონის 51-ე მუხლის შესაბამისად, „მაუწყებელი (საქართველოში მოქმედი ტელევიზია და რადიო) ვალდებულია, სადაც ეს შესაძლებელია, უზრუნველყოს სატელევიზიო დროის (ახალი ამბების პროგრამების, სპორტული მოვლენებისა და თამაშების, რეკლამის, ტელეტექსტისა და ტელემოპინგისათვის გამოყოფილი დროის გამოკლებით) ნაწილის ევროპული წარმოების პროდუქციისათვის გამოყოფა. ევროპული წარმოების პროდუქციისათვის დათმობილი დროის ეს ნაწილი გამოიყენება პროგრესულად, შესაბამისი კრიტერიუმების საფუძველზე, მაყურებლისა და მსმენელის წინაშე მაუწყებლის საინფორმაციო, საგანმანათლებლო, გასართობი და კულტურული ვალდებულებების გათვალისწინებით“.

როგორც ზემოთ აღნიშნული ნორმიდან ჩანს, ქართულმა ტელე და რადიო მედიასაშუალებებმა ეთერი უნდა დაგეგმონ საგანმანათლებლო, გასართობი და

კულტურული ვალდებულებების გათვალისწინებით. ეს ზოგადი ნორმა დაზუსტებულია ამავე კანონით (მაუწყებლობის შესახებ) და მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით.

კანონით „მაუწყებლობის შესახებ“ (მუხლი 56, ნაწილი 5) „იკრძალება ბავშვთა და მოზარდთა ფიზიკურ, გონებრივ და ზნეობრივ განვითარებაზე მავნე ზეგავლენის მომხდენი პროგრამების იმ დროს განთავსება, როცა მათ მიერ ამ პროგრამების ნახვის ან მოსმენის დიდი ალბათობა არსებობს“. ძალიან საინტერესო ნორმაა, თუმცა ბუნდოვანია ის ნაწილი, სადაც ბავშვების მიერ მაუწყებლის პროგრამის ნახვის დროის ალბათობაზეა საუბარი. მართალია, ამ ნორმას შემდგომში მეტ-ნაკლებად აზუსტებს „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“, თუმცა ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევებით (წარმოდგენილია დისერტაციის ამავე ნაწილში) დგინდება, რომ ბავშვები უფრო გვიან უყურებენ ტელევიზორს, ვიდრე რეგულაციები ითვალისწინებს. არსებული წესები ვერ უზრუნველყოფს ბავშვთა დაცვას მედიასაშუალებების მავნე ზეგავლენისგან.

„მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“ იძლევა „საბავშვო დროის“ საინტერესო განმარტებას, რაც მოიცავს იმ დროს, როდესაც ბავშვები შესაძლოა იყვნენ ტელემყურებლები ან რადიოს მსმენელები (მუხლი 5, ნაწილი „უ“): „საბავშვო დრო არის დროის ისეთი მონაკვეთი, როდესაც არსებობს დიდი ალბათობა, რომ არასრულწლოვნები, ოჯახის წევრი ზრდასრული წევრებისაგან დამოუკიდებლად, უსმენენ ან უყურებენ ტელე-რადიოსამაუწყებლო პროგრამებს“. ეს დებულება შემდეგში უფრო დაზუსტებულია კონკრეტული რეგულაციებით, რომელთა დიდ ნაწილს, სამწუხაროდ, ნაკლებად იცავენ ქართული მედიასაშუალებები.

„სამაუწყებლო ბადის შედგენისას, მაუწყებელმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ 20.00 საათიდან 24.00 საათამდე სამაუწყებლო ბადეში პროგრამათა დაგეგმვა უნდა განხორციელდეს ისე, რომ არ მოხდეს ამ კოდექსით განსაზღვრულ არასრულწლოვანთა ასაკობრივ ჯგუფებზე მავნე ზეგავლენის მოხდენა.

მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი ახდენს არასრულწლოვანთა შემდეგი ასაკობრივი ჯგუფების იდენტიფიკაციას: ა) 7 წლამდე; ბ) 12 წლამდე; გ) 15 წლამდე; დ) 18 წლამდე.

მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით განსაზღვრული არასრულწლოვანთა

ასაკობრივი ჯგუფების მავნე ზეგავლენისაგან დაცვის მიზნით, მაუწყებელი ვალდებულია მოახდინოს მის სამაუწყებლო ბადეში განსათავსებელი პროგრამების კლასიფიკაცია, ამ კოდექსით განსაზღვრული ასაკობრივი ჯგუფებისათვის შეუფერებელი, შესაბამისი კატეგორიების პროგრამების განსაზღვრისა და მათი სათანადო დროით შეზღუდვებით დაგეგმვის გზით.

მაუწყებელთა ქვეცის კოდექსით დადგენილი წესების მიხედვით, მაუწყებელი ვალდებულია სამაუწყებლო ბადე დაგეგმოს შემდეგი დროითი შეზღუდვებით:

ა) 18 წლამდე ასაკის არასრულწლოვნებისათვის შეუფერებელი პროგრამები არ განათავსოს 06.00 საათიდან 24.00 საათამდე;

ბ) 15 წლამდე ასაკის არასრულწლოვნებისათვის შეუფერებელი პროგრამები არ განათავსოს 06.00 საათიდან 23.00 საათამდე;

გ) 12 წლამდე ასაკის არასრულწლოვნებისათვის შეუფერებელი პროგრამები არ განათავსოს 06.00 საათიდან 20.00 საათამდე;

დ) 7 წლამდე ასაკის არასრულწლოვნებისათვის შეუფერებელი პროგრამები სამაუწყებლო ბადეში არ განათავსოს 06.00 საათიდან 20.00 საათამდე, ხოლო გამონაკლის შემთხვევაში, როცა არსებობს საზოგადოებრივი ინტერესი, 7 წლამდე ასაკის არასრულწლოვანთათვის შეუფერებელი მასალების განთავსება იმ პროგრამებში, რომლებიც დაგეგმილია 06.00 საათიდან 20.00 საათამდე, ანუ წყალგამყოფის მოქმედების პერიოდში, შეიძლება განხორციელდეს, მხოლოდ სათანადო და მკაფიო გაფრთხილებით, რომ პროგრამა შეიცავს 7 წლამდე ასაკის არასრულწლოვნებისათვის შეუფერებელ მასალას: ვიზუალური სპეციალური ნიშანდებით, მუდმივად მასალის გადაცემისას, ტექსტურად, აგრეთვე ვერბალურად მასალის გადაცემამდე - წინასწარ.

შემდეგი სპეციალური შემზღუდავი ნიშანი უნდა გამოისახოს პროგრამის დაწყებისას და ყოველი სარეკლამო შესვენების შემდეგ, 60 წამის განმავლობაში:

ა) „18“, წრეში, როდესაც პროგრამა შეუფერებელია 18 წლამდე არასრულწლოვნებისათვის; ბ) „15“, წრეში, როდესაც პროგრამა შეუფერებელია 15 წლის არასრულწლოვნებისათვის; გ) „12“, წრეში, როდესაც პროგრამა შეუფერებელია 12 წლამდე არასრულწლოვნებისათვის; დ) „7“, როდესაც პროგრამა შეუფერებელია 7 წლამდე არასრულწლოვნებისათვის“ (მასალა აღებულია „მაუწყებელთა ქვეცის კოდექსიდან“).

გარდა ზემოაღნიშნულისა, საქართველოს კანონით „მაუწყებლობის შესახებ“ და „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით“ დადგენილია მთელი რიგი აკრძალვები, კერძოდ:

✓ პროგრამების განრიგის შედგენისას, მაუწყებელმა უნდა დაიცვას ბალანსი არასრულწლოვანთა მავნე ზეგავლენისაგან დაცვის უზრუნველყოფასა და ზრდასრული აუდიტორიის უფლებას შორის, დღის განმავლობაში მიიღოს ინფორმაცია. საინფორმაციო პროგრამის ეთერში გასვლისას უნდა გაკეთდეს გამაფრთხილებელი განცხადება, თუ ეთერში გასულმა მასალამ შეიძლება გამოიწვიოს აუდიტორიის აღელვება ან აღშფოთება.

✓ დაუშვებელია ნარკოტიკების უკანონო გამოყენების, ალკოჰოლის ან თამბაქოს არაჯეროვანი გამოყენების გადაცემა 23:00 საათამდე ან საბავშვო პროგრამებში;

✓ მაუწყებელი ვალდებულია, მიიღოს სკოლის თანხმობა, როდესაც გადალება სკოლის ტერიტორიაზე ან სასკოლო დროს ხორციელდება;

✓ დაუშვებელია სექსუალური სცენის, აგრეთვე, გაუპატიურების ან/და სექსუალური ძალადობის სცენის გრაფიკული გამოსახვა და გადაცემა 06.00 საათიდან 24:00 საათამდე. სექსუალური სცენების ან/და სექსობრივი ურთიერთობის შესახებ განხილვების ეთერში გადაცემა 20:00 საათიდან 23:00 საათამდე გამართლებულია მხოლოდ საზოგადოებრივი ინტერესის არსებობისას, ჯეროვნად შემოკლებული და რედაქტირებული ფორმით;

✓ უხამსი ქმედება და შეურაცხმყოფელი ლექსიკა არ უნდა იქნას გამოყენებული არასრულწლოვანთათვის განკუთვნილ პროგრამებში 18:00 -დან 20:00 საათამდე და შეიზღუდოს 20:00-დან 24:00 საათამდე პერიოდში;

✓ დაუშვებელია ნარკოტიკების უკანონო გამოყენების, ალკოჰოლისა და თამბაქოს არაჯეროვანი გამოყენების გამართლება, წახალისება ან მოწონება.

✓ დაუშვებელია ნარკოტიკების, საინიექციო ხელსაწყოების, ნარკოტიკული ნივთიერებების მომზადების ტექნოლოგიის გამოყენების პროცესის (იქნება ეს სოციალური კლიპი, დოკუმენტური ფილმი, ტელეგადაცემა თუ სხვ.) გადაცემა;

✓ არასრულწლოვანის ინფორმაციისა და გამოხატვის თავისუფლების პატივისცემასთან ერთად, მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს პროგრამაში მონაწილე არასრულწლოვანთა ფიზიკური, ფსიქოლოგიური და სულიერი კეთილდღეობის



დაცვა, მშობელთა, მზრუნველთა ან მეურვეთა თანხმობის მიუხედავად;

✓ მაუწყებელმა უნდა უზრუნველყოს არასრულწლოვანის პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის დაცვა. არასრულწლოვანი არ კარგავს პირადი ცხოვრების ხელშეუხებლობის უფლებას მშობლების ან სკოლაში მომხდარი მოვლენების გამო;

✓ მაუწყებელმა უნდა დაიცვას არასრულწლოვან ექვმიტანილთა, ბრალდებულთა, განსასჯელთა, მსჯავრდებულთა, მოწმეთა და დაზარალებულთა (განსაკუთრებით, სქესობრივი თავისუფლებისა და ხელშეუხებლობის წინააღმდეგ მიმართული დანაშაულის ჩამდენ პირთა) ანონიმურობა;

✓ აკრძალულია მაუწყებლის მიერ ისეთი პროგრამის გადაცემა ან პროგრამაში მასალის განთავსება, რომელმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვანთა ფიზიკურ, ფსიქოლოგიურ, ინტელექტუალურ და სულიერ განვითარებას.

✓ მაუწყებელი ვალდებულია გამოიყენოს სამაუწყებლო პროგრამათა კლასიფიკაციის ამ კოდექსით განსაზღვრული კრიტერიუმები პროგრამათა კატეგორიების დადგენის მიზნით და განათავსოს ისინი სამაუწყებლო ბადეში ამ კოდექსით განსაზღვრული დროითი შეზღუდვების შესაბამისად;

✓ სამაუწყებლო ბადის შედგენისას, მაუწყებელმა უნდა გაითვალისწინოს: ა) არსებობს თუ არა არასრულწლოვანთა ფიზიკური, ფსიქოლოგიური, ინტელექტუალური და სულიერი განვითარებისათვის მავნე ზეგავლენის მოხდენის რეალური საფრთხე; ბ) რამდენად შესაფერისია პროგრამა ან/და მასში გამოყენებული მასალები შესაბამისი ასაკობრივი ჯგუფის არასრულწლოვანთათვის; გ) პროგრამის დანიშნულება და სარედაქციო ღირებულება.

✓ ფასიან სამაუწყებლო არხს, შეუძლია განათავსოს პროგრამა, რომლის ჩვენება შეუფერებელია 18 წლამდე არასრულწლოვანთათვის, დღის ნებისმიერ მონაკვეთში, თუ მოქმედებს სავალდებულო PIN-კოდით დაცული ან სხვა დამბლოკავი სისტემა, რომელიც უზრუნველყოფს პროგრამების ხელმისაწვდომობას მხოლოდ უფლებამოსილი ზრდასრული აბონენტისთვის.

✓ რადიოპროგრამების განრიგის შედგენისას, მაუწყებელმა 23 საათამდე სიფრთხილე უნდა გამოიჩინოს არასრულწლოვანთა მავნე ზეგავლენისაგან დაცვის თვალსაზრისით. რადიოთი დღის განმავლობაში შეიძლება გადაიცეს ისეთი სიმღერები, რომლებიც შესაფერისია ყველა ასაკობრივი ჯგუფისთვის.

✓ არასრულწლოვნებისთვის განკუთვნილი მაუწყებლის ვებგვერდი არ უნდა იყოს მიბმული ზრდასრულთათვის განკუთვნილ მასალასთან და უნდა შეესაბამებოდეს არასრულწლოვანთა მავნე ზეგავლენისაგან დაცვის მოთხოვნებს. მაუწყებელმა თავიდან უნდა აიცილოს ბმულები მესამე პირთა ვებგვერდებთან, რომლებიც ზრდასრულთათვის განკუთვნილ მასალას შეიცავს. ვებგვერდი არ უნდა შეიცავდეს მასალას, რომელიც შეუფერებელია ეთერში გავლისთვის. პროგრამასთან დაკავშირებული ინტერაქტიული მომსახურება და ვებმასალა ასევე უნდა შეესაბამებოდეს ამ კოდექსით დადგენილ მოთხოვნებს.

✓ ისეთი პროგრამის დაწყებამდე, რომელმაც შეიძლება აუდიტორიაში გამოიწვიოს ძლიერი ნეგატიური ემოციები, უნდა გაკეთდეს გამაფრთხილებელი განცხადება. იმ პროგრამის ანონსები, რომლის ჩვენება უნდა მოხდეს წყალგამყოფის მოქმედების პერიოდში, უნდა იყოს შესაფერისი საოჯახო ჩვენებისთვის. გამაფრთხილებელი განცხადება უნდა იყოს ფაქტობრივი ხასიათის და შეიცავდეს საკმარის ინფორმაციას, რათა აუდიტორიამ ინფორმირებულად გადაწყვიტოს, არის თუ არა პროგრამა მათთვის შესაფერისი. ის არ უნდა იქნას გამოყენებული არასრულწლოვანთა წახალისებისათვის, უყურონ ან მოუსმინონ პროგრამას.

✓ მშობლის, მეურვის ან მზრუნველის თანხმობის გარეშე, მაუწყებელმა არ უნდა სთხოვოს არასრულწლოვანს ისეთ საკითხზე მოსაზრების გამოთქმა (ინტერვიუ ან/და სამაუწყებლო პროგრამაში მონაწილეობა), რომელზეც სათანადო პასუხის გაცემა მის შესაძლებლობებს აღემატება. ინფორმირებული თანხმობის მიღების მიზნით, მაუწყებელმა გასაგებად უნდა აუხსნას არასრულწლოვანს და მის მშობელს, მეურვეს ან მზრუნველს პროგრამის ხასიათი. სასურველია ნათესავის, ოჯახის მეგობრის, ფსიქოლოგის, სოციალური მუშაკის ან მასწავლებლის დასწრება ბავშვთან ისეთ დელიკატურ ან რთულ საკითხებზე საუბრისას, როგორცაა, მაგალითად, ანტისოციალური (დევიაციური ან დელიკვენტური) ქმედება, ნარკოტიკები და სხვა. მაუწყებელმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ ბავშვები ხშირად აზვიადებენ საკითხებს ან ამბობენ იმას, რისი გაგონებაც, მათი აზრით, სურთ ზრდასრულებს.

✓ მშობლისაგან, მეურვისაგან ან მზრუნველისაგან თანხმობაზე უარის მიღების შემთხვევაში, ბავშვის პროგრამაში მონაწილეობა დასაშვებია, თუ არსებობს მნიშვნელოვანი საზოგადოებრივი ინტერესი და თუ ასეთი გადაწყვეტილება

ეფუძნება არასრულწლოვნის თავისუფალ ნებას და ინფორმირებულ თანხმობას. რაც უფრო ახალგაზრდაა არასრულწლოვანი, მით უფრო მნიშვნელოვანია მშობლისაგან, მეურვისაგან ან მზრუნველისაგან თანხმობის მიღება. დაუშვებელია არასრულწლოვნის მშობლის, მეურვის ან მზრუნველის ფინანსური დაინტერესება თანხმობის მისაღებად. დასაშვებია მხოლოდ დასაბუთებული და კანონიერი ხარჯების დაფარვა.

✓ აკრძალულია მაუწყებლის მიერ ისეთი პროგრამის გადაცემა ან პროგრამაში მასალის განთავსება, რომელმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს არსრულწლოვანთა სოციალიზაციის პროცესს.

კანონი სპეციალურ შეზღუდვებს უწესებს „საზოგადოებრივ მაუწყებელს“. კერძოდ, კანონით „მაუწყებლობის შესახებ“ (მუხლი 16, ნაწილი „ბ“, „ი“), საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია უზრუნველყოს საზოგადოებრივი ინტერესის შესაბამისი თანასწორობა ახალი ამბების, საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ, საგანმანათლებლო-შემეცნებით, კულტურულ და სპორტულ პროგრამებს შორის. საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია ბავშვთა და მოზარდთა ინტერესების შესაბამისი პროპორციით განათავსოს საბავშვო პროგრამები.

საქართველოს კანონმდებლობაში არსებობს ნორმა, რომელიც არაპირდაპირი ფორმით ბავშვის მშობლებისთვისაც ადგენს „სწავლებისა და აღზრდის ვალდებულებებს“. კერძოდ, საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსი (მუხლი 172) აწესებს პასუხისმგებლობას მშობლების ან მათი შემცვლელი პირების მიერ არასრულწლოვანი ბავშვების აღზრდისა და სწავლების მოვალეობათა ბოროტად შეუსრულებლობისათვის, ხოლო ამ ნორმის დამრღვევი მშობლისთვის ადგენს სანქციას: ჯარიმა - 200 ლარის ოდენობით.

ეს ნორმა თავისი შინაარსით, ერთი მხრივ, საინტერესო, ხოლო მეორე მხრივ – ბუნდოვანია, რადგანაც არ არსებობს განმარტება იმისა, თუ რა იგულისხმება ბავშვების აღზრდისა და სწავლების მოვალეობათა ბოროტად შეუსრულებლობაში. მაგალითად, როდესაც მშობელი არ უკრძალავს 12 წლის ბავშვს ეროტიკული ჟანრის ფილმის ყურებას – ეს არის თუ არა სამართალდარღვევა? და თუ არის, ვინ დააჯარიმებს მას?

ალბათ, კანონმდებელი ამ შემთხვევაში ვარაუდობს, რომ იაქტიურებს მეორე

მშობელი ან ოჯახის სხვა წევრი, რომელიც „გულგრილ“ მშობელს, რომელმაც არ შეუშალა ხელი ბავშვს პორნოგრაფიული ჟანრის ფილმის ნახვაში, შესაბამის ორგანოებში უჩივლებს. სხვათა შორის, კანონმდებლობა იმ პირებისთვისაც ითვალისწინებს პასუხისმგებლობას, ვინც ბავშვების აღზრდისა და სწავლების მოვალეობათა ბოროტად შეუსრულებლობის ფაქტს მეურვეობისა და მზრუნველობის ორგანოებს არ შეატყობინებს. ამგვარი სამართალდარღვევისთვის ჯარიმა შეადგენს 150 ლარს.

ამრიგად, მედიაში ბავშვებთან დაკავშირებული პრობლემების ასახვა რეგულირდება საკანონმდებლო ნორმებით, რომელთა დაცვა და გათვალისწინება აუცილებელია ყველა დონეზე.

## მედიასივრცის გავლენა ბავშვის ცხოვრებაზე

### § 2.1. მედიასაშუალებების გამოყენების ძირითადი მახასიათებლები

კვლევის შემდგომი საფეხური ითვალისწინებს გარკვევას, თუ რა ზეგავლენა აქვს ელექტრონულ მედიასივრცეს ბავშვის ცხოვრებაზე, თუ რამდენად მოიცავს მედიასივრცე ადამიანთა, მათ შორის, ბავშვთა ცხოვრების დროს.

სავარაუდოდ, თუ მედიასივრცე დიდ ადგილს იჭერს ბავშვთა ცხოვრებაში, მაშინ მედიასაშუალებებთან ურთიერთობა გარკვეულ ზეგავლენას ახდენს ბავშვთა განათლების, აღზრდის, შეგნების, განვითარებისა და ქცევის, რეაქციების, შეხედულებების, საკუთარი აზრის გამოთქმის, ინფორმაციის მიღების, აღქმისა და გავრცელების პროცესში.

თანამედროვე ეპოქის მოზარდებს ხშირად „მედიათაობას“ უწოდებენ. ინტერესი მედიასაშუალებებისადმი დღითიდღე იზრდება, რაც განსაკუთრებით სწორედ მოზარდებში ვლინდება, რადგან მათ განათლების მიღება და განვითარება უხდებათ სწრაფად განვითარებად, მასობრივი კომუნიკაციების ეპოქაში. თავისუფალი დროის უმეტეს ნაწილს მოზარდები მედიასაშუალებებს უთმობენ და ეს არცაა გასაკვირი, რადგან ბავშვებისა და ახალგაზრდების უმეტესობისათვის თანამედროვე მედიასაშუალებები (განსაკუთრებით, ინტერნეტი) წარმოადგენს უფრო მეტს, ვიდრე უბრალოდ გარე სამყაროს შემეცნების საშუალებას. კომპიუტერი, რომელიც მიერთებულია ინტერნეტთან, წარმოადგენს მოზარდთა ვირტუალურ რეალობას, ალტერნატიულ სამყაროს. ბავშვებს, ზრდასრულებისაგან განსხვავებით, გაცილებით უფრო მეტად მოსწონთ ახალი ტექნოლოგიების შემეცნება და გამოყენება.

სკოლამდელი ასაკის ბავშვები საკმაოდ მარტივად ითვისებენ სატელევიზიო და კომპიუტერულ ტექნოლოგიებს. რაც მთავარია, თავისუფლად იყენებენ მათ ყოველდღიურ ცხოვრებაში. ბოლო წლებში ჩატარებული კვლევების თანახმად, ბავშვები სკოლაში მოდიან მედიაგანათლების დიდი გამოცდილებით. უმეტესი მათგანისთვის მედია არ არის უცხო თემა. მეტიც, მათ გარკვეული ინფორმაცია და გამოცდილება უკვე გააჩნიათ მედიარესურსებთან მიმართებაში, რაც გულისხმობს: საყვარელ ფილმებს, სატელევიზიო გადაცემებს, კომპიუტერულ თამაშებს, ჟურნალებს, წიგნებს და ა. შ.

საინტერესო შედეგები მივიღეთ ჩატარებული კვლევების შედეგად.

**კვლევის მიზანი:** ბავშვების და მოზარდების საყვარელი მედიასაშუალებების პრიორიტეტულობის დადგენა.

**კვლევის მონაწილეები:** საქართველოს ოთხ ქალაქში (ბათუმი, ქუთაისი, თბილისი, ოზურგეთი) მცხოვრები (125) მშობელი (ოჯახიდან ერთი წარმომადგენელი), რომელთაც ჰყავთ 4-დან 18 წლამდე ასაკის ბავშვი (ბავშვები).

**კვლევის მეთოდი:** ანკეტირება, კვლევის შედეგების ანალიზი.

**კვლევის ჩატარების დრო:** 2011 წლის აპრილი.

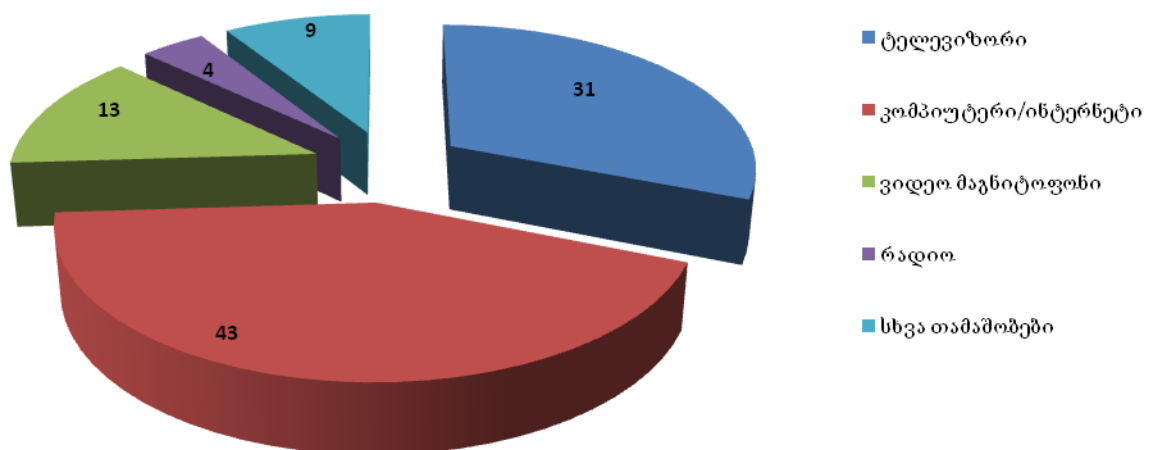
**კვლევის პროცედურა:** წინასწარ შემუშავებული კითხვარი გაეცნო პედაგოგებს, ფსიქოლოგებს, მშობლებს, ბავშვთა საკითხებზე მომუშავე იურისტებს, სოციალური და განათლების სპეციალობის სტუდენტებს. მათი შენიშვნებისა და წინადადებების საფუძველზე შედგა კითხვარის საბოლოო ვარიანტი.

კვლევის შედეგები დამუშავდა სპეციალური კომპიუტერული პროგრამით.

კითხვარების ანალიზმა შემდეგი სურათი მოგვცა:

**კითხვა №1** - რა სახის მედიასაშუალებით ერთობიან (სარგებლობენ) თქვენი შვილები ყველაზე მეტად (ტელევიზორი, კომპიუტერი/ინტერნეტი, რადიო, ვიდეომანტიოფონი და ა.შ.)?

(კვლევაში მონაწილეთა საერთო რაოდენობა 125)



როგორც წარმოდგენილი დიაგრამიდან ჩანს, გამოკითხული ოჯახებიდან 43% პრიორიტეტს ანიჭებს კომპიუტერს/ინტერნეტს, სარგებლობს ტელევიზორით – 31%; ვიდეომანტიტოფონით – 13%, რადიოთი – მხოლოდ 4%. გამოკითხული მშობლების 9%-მა დაასახელა სხვა მედიასაშუალებები (მობილური ტელეფონი, აუდიომანტიტოფონი). რადგანაც ზემოთ აღნიშნული კვლევა ჩატარდა 2011 წელს, როდესაც ქალაქის ტიპის დასახლებებში ინტერნეტი უკვე თითქმის ყველგან ხელმისაწვდომი და პოპულარულია, გასაკვირი არ არის, რომ ბავშვები უფრო მეტად იყენებენ კომპიუტერს. უფრო მეტიც, როგორც კვლევაში მონაწილე მშობლები აცხადებდნენ, ბავშვები ინტერნეტთან მიერთებული კომპიუტერის საშუალებით ხშირად უყურებენ ტელევიზორს, იშვიათად, რადიოსაც კი უსმენენ. გასაკვირი არ არის რადიოს მომხმარებელ ბავშვთა ასეთი დაბალი მაჩვენებელი (4%). ინტერნეტის ეპოქაში ოჯახებში რადიომიმღები მოწყობილობა ძალიან იშვიათად გვხვდება.

კვლევის მონაწილეთა მეორე ჯგუფი იყო საქართველოს ოთხი სოფლის (ერგე, ასკანა, ახალსოფელი, დიოკნისი) მცხოვრები 65 მშობელი.

კვლევის შედეგები რამდენადმე განსხვავებული იყო. ეს განსხვავება შეეხო ინტერნეტით სარგებლობას, რადგან ყველგან ვერ აღწევს ინტერნეტით მომსახურების ქსელი. მოულოდნელობა იყო ინტერნეტის გამოყენებისას „მობილური ტელეფონით ინტერნეტის“ მითითება. პრიორიტეტების დადგენა კვლევის შედეგებით შემდეგ სურათს იძლევა: ტელევიზორით სარგებლობა – 51%, კომპიუტერით – 25%, ინტერნეტით – 11%, მაგნიტოფონით – 9%, რადიოთი – 4%.

კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ თითქმის არ არსებობენ ოჯახები (ბავშვები), რომლებიც არ იყენებენ მედიასაშუალებებს.

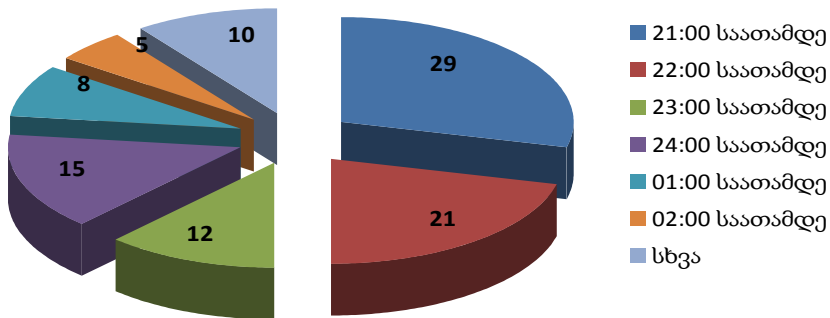
კვლევის პროცესში წამოიჭრა საჭიროება, რომ ბავშვებისა და მოზარდების საყვარელი მედიასაშუალებების პრიორიტეტულობის დადგენა განხორციელებულიყო ასაკის მიხედვით.

აქვე განვმარტავთ, რომ აქაც და ნაშრომის სხვა პარაგრაფებშიც, „ბავშვის“ ცნებაში იგულისხმება 1-10 წლის ასაკი, „მოზარდის“ ცნებაში – 11-17 წლის ასაკი (იმედაძე 2008:6-10).

კითხვა №2 - ძირითადად რომელ საათამდე არიან თქვენი ბავშვები ტელევიზორთან, კომპიუტერთან?

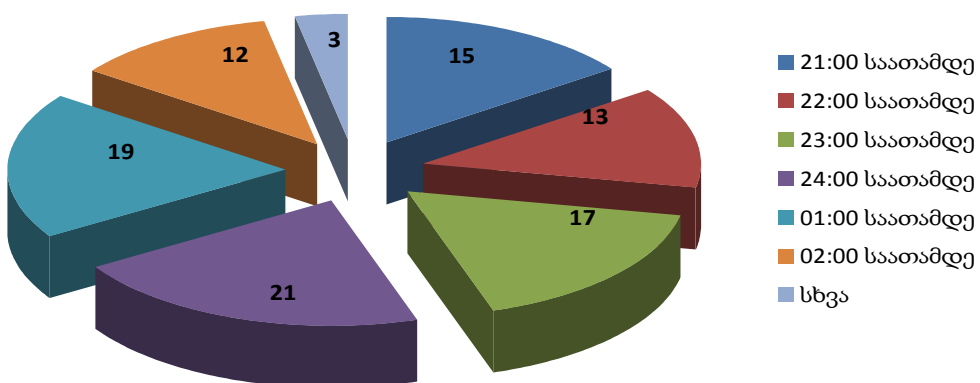
<<<4-დან - 10 წლამდე ასაკის ბავშვები>>>

კვლევაში მონაწილეთა საერთო რაოდენობა - 125



<<<11-დან - 14 წლამდე ასაკის მოზარდები>>>

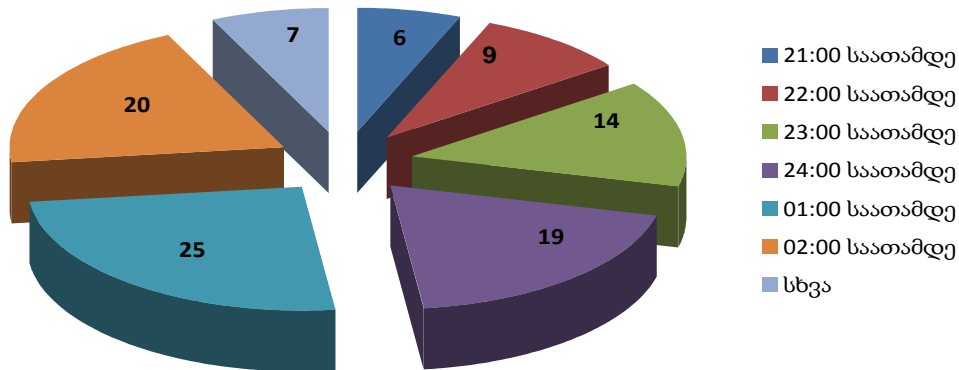
კვლევაში მონაწილეთა საერთო რაოდენობა - 125





### <<<15-დან - 18 წლამდე ასაკის მოზარდები>>>

კვლევაში მონაწილეთა საერთო რაოდენობა - 125



კვლევამ საინტერესო შედეგი მოგვცა. როგორც გაირკვა, ასაკის ზრდასთან ერთად, იზრდება საღამოს საათებში მედიასაშუალებების მომხმარებელი (კომპიუტერის მომხმარებელი, ტელევიზიის მაყურებელი) ბავშვების და მოზარდების რიცხვი. რაც ძალიან მნიშვნელოვანია, 10 წლამდე ასაკის ბავშვების 29% ელექტრონული, ვიდეოგამოსახულებითი მედიის მომხმარებელია 21:00 საათამდე, ხოლო 21% – 21:00-დან - 22:00 საათამდე. კვლევის შედეგების მიხედვით, ბავშვების 12% კომპიუტერის და ტელევიზორის მომხმარებელია 23:00 საათამდე, ხოლო 15% – 24:00 საათამდე.

11-14 წლის მოზარდთა უმრავლესობა კომპიუტერის და ტელევიზორის მომხმარებელია 22:00 - 24:00 საათამდე, ხოლო 15-17 წლის ასაკის მოზარდთა უდიდესი ნაწილი ტელევიზორს უყურებს ან კომპიუტერს მოიხმარს 22:00-დან 02:00 საათამდე.

კვლევაში მონაწილე მშობლების მცირე ნაწილმა დაასახელა თავიანთი შვილების მხრიდან კომპიუტერის გამოყენების და ტელევიზორის ყურების სხვა დრო (დღის საათები), რაც ასევე იმის მანიშნებელია, რომ ბავშვების უმრავლესობა ტელევიზორისა და კომპიუტერის მომხმარებლები საღამოს საათებში არიან.

სწორედ რომ ეკრანის (ტელევიზორი, კომპიუტერი) საშუალებით იწყება ბავშვის მიერ სამყაროს შემეცნების პროცესი. ამჟამად ტელევიზორი წარმოადგენს ყოველდღიურ გართობისა და ინფორმაციის მიღების ყველაზე ხელმისაწვდომ საშუალებას.

თანამედროვე ბავშვის ცხოვრებაში ტელევიზია მრავალი ფუნქციის მატარებელია. ტელევიზია წარმოადგენს ინფორმაციის წყაროს მიმდინარე მოვლენების შესახებ. ტელევიზიამ უმეტეს შემთხვევაში ჩაანაცვლა კინოთეატრი, მოსაუბრე, ძიძა, მრჩეველი და ა. შ.

ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევების შედეგების მიხედვით, ბავშვი ტელემაცურებლად იქცევა, საშუალოდ, ორი წლის ასაკიდან, რაც მშობლებს ძალიან უადვილებს ცხოვრებას, განსაკუთრებით კი საოჯახო საქმეებით დატვირთულ დედებს – საკმარისია, ბავშვს ჩაურთო ტელევიზორი და საინტერესო მულტფილმი აჩვენო – შესაძლებელია რამდენიმე საათი „მშვიდად გაატარო“, მოაწესრიგო სხვა საქმეები, რამდენადაც ბავშვს უკვე ვეღარ მოაცილებ „ჯადოსნურ ეკრანს“. სამი წლის ასაკში ბავშვს უკვე ჰყავს საყვარელი მულტიპლიკაციური გმირები, ხოლო განსაკუთრებით მოწონებულ მულტფილმს ის სიამოვნებით უყურებს მრავალჯერაც კი.

რაც შეეხება ტელე და ვიდეორეპერტუარს, 20-25 წლის წინათ მისი მრავალფეროვნება შესაშური იქნებოდა ნებისმიერი ახალგაზრდა მაცურებლისათვის. სწორედ ამიტომაც, მოზარდები, რომლებიც დღეს თავად წარმოადგენენ მშობლებს, ხშირად საკუთარ შვილებს იმ ზღაპრებისა და მულტფილმების ნახვას სთავაზობენ, რომლებზეც თავად აღიზარდნენ, თუმცა თანამედროვე მაცურებელს ის უკვე უინტერესოდ მიაჩნია. მაგალითად, დღევანდელი, თუნდაც ახალგაზრდა მშობლების საყვარელი გმირები: „წუნა და წრუწუნა“, „მგელი და კრავი“, „კომბლე“ და ა. შ. ჩაანაცვლეს „არნოლდმა“, „ადამიანმა-ობობამ“, „შრეკმა“ და ა. შ.

სკოლაში შესვლამდე ბავშვი კარგად იმახსოვრებს ყველაფერს, რასაც ეკრანის საშუალებით ნახულობს და რაც შემდგომში ასახვას პოულობს მის საუბარში, ქცევაში, ხატვაში, სამყაროსადმი დამოკიდებულებაში.

ხუთი წლის სკოლამდელი ასაკის ბავშვი უკვე დამოუკიდებლად უმკლავდება ტელევიზორთან ურთიერთობას: რთავს ტელევიზორს, პოულობს საყვარელ გადაცემებს, საყვარელ არხებს.

ამავე ასაკში ბავშვი იწყებს კომპიუტერული ტექნოლოგიების ათვისებას. სხვადასხვა სახის საგანმანათლებლო ხასიათის კომპიუტერული თამაშების საშუალებით, ბავშვი ითვისებს ანბანს, სწავლობს დათვლას, უცხო ენებს, ეცნობა უცხო ქვეყნებსა და კონტინენტებს და ა. შ., რასაც ის ძალიან მოკლე დროში ახერხებს.

იმის დასადგენად, ძირითადად თუ რომელი ასაკიდან იწყებენ საქართველოში ბავშვები სატელევიზიო გადაცემების ნახვასა და მოსმენას, ჩავატარეთ კვლევა.

**კვლევის მიზანი:** დადგენა იმისა, თუ რომელი ასაკიდან ხდება ბავშვი სატელევიზიო გადაცემების აქტიური მომხმარებელი.

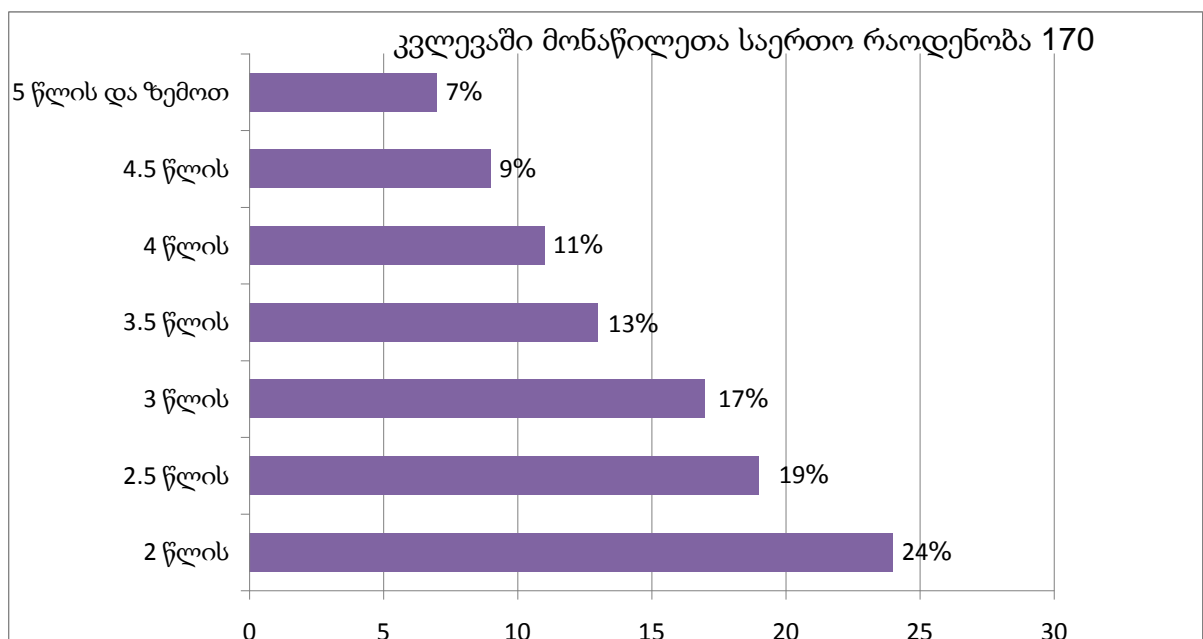
**კვლევის მონაწილეები:** საქართველოს სამ ქალაქში (ბათუმი, ქუთაისი, თბილისი) და სამ სოფელში (ერგე - ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტი; ცემი - ბორჯომის მუნიციპალიტეტი; ასკანა - გურიის მუნიციპალიტეტი) მცხოვრები 170 მშობელი (ოჯახიდან ერთი წარმომადგენელი), რომელთაც ჰყავთ 5 წლამდე ასაკის ბავშვი (ბავშვები).

**კვლევის მეთოდი:** ანკეტირება, კვლევის შედეგების ანალიზი.

**კვლევის ჩატარების დრო:** 2010 წლის სექტემბერი.

**კვლევის პროცედურა:** წინასწარ შემუშავებული კითხვარი გაეცნო პედაგოგებს, ფსიქოლოგებს, მშობლებს, მათი შენიშვნებისა და წინადადებების საფუძველზე შედგა კითხვარის საბოლოო ვარიანტი.

კითხვაზე: რამდენი წლის იყო თქვენი ბავშვი, როდესაც გახდა ტელევიზორის აქტიური მომხმარებელი (დღეში არანაკლებ სამი საათი ერთობოდა ტელევიზორთან) – მივიღეთ შემდეგნაირი პასუხები:



როგორც კვლევის შედეგებიდან ჩანს, საქართველოში ორი წლის ასაკის ბავშვების დიდი ნაწილი დღეში არანაკლებ სამი საათის განმავლობაში ტელევიზორის

აქტიური მაცურებელია, რაც მიუთითებს სატელევიზიო ეთერში საბავშვო, საგანმანათლებლო გადაცემების არსებობის აუცილებლობაზე, ტელევიზორის მოხმარების დროის შეზღუდვაზე (განსაზღვრაზე), ბავშვებში იმ უნარ-ჩვევების განვითარებაზე, რომლებიც საჭიროა მედიასაშუალებებით გადმოცემული ინფორმაციის დახარისხებისა და მიზნობრივად გამოყენების კუთხით.

მედიასაშუალებათა ერთ-ერთ სახეობას წარმოადგენს წიგნები და საბავშვო ჟურნალები, რომლებიც ასე უხვადაა წარმოდგენილი ქართულ ბაზარზე. თანამედროვე გამომცემლების („ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა“, „ბიბლუსი“ და სხვ.) მიერ შექმნილი საბავშვო ლიტერატურა გამოირჩევა არა მხოლოდ დიზაინით (მათ შორის, 3D ფორმატით), ფერთა გამით, ნახატებით, რომლებიც ქმნიან პოზიტიურ დამოკიდებულებას წიგნისადმი, არამედ, ამავდროულად, ხასიათდება საგანმანათლებლო სტრუქტურით, რადგან ზემოთ აღნიშნულ საბავშვო წიგნებსა და ჟურნალებში, სათავგადასავლო მოთხრობებსა და საინტერესო ლექსებთან ერთად, ხშირად არის წარმოდგენილი საგანმანათლებლო თამაშები, ლექსები, მოთხრობები, ტექსტები, რომლებიც ავითარებენ ვიზუალურ მეხსიერებას, სივრცის შეგრძნებას, ლოგიკურ აზროვნებას.

აქვე აუცილებელია იმის აღნიშვნა, რომ კლასგარეშე საკითხავი საბავშვო წიგნები და ჟურნალები საქართველოში ძალიან ბევრი ოჯახისთვის მიუწვდომელია. 2012 წელს ქვეყანაში, დაახლოებით, 73000 სოციალურად დაუცველი ოჯახი ცხოვრობს, რომელთათვის, გამომდინარე მათი სოციალური მდგომარეობიდან, საკმაოდ ძვირადღირებულ წიგნებთან და ჟურნალებთან შედარებით, გაცილებით ხელმისაწვდომია სატელევიზიო პროდუქცია.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ სკოლამდელი ასაკის ბავშვები სკოლაში შესვლამდე უკვე საკმაოდ კარგად იცნობენ მედიასამყაროს და მის მახასიათებლებს.

მულტიპლიკაცია, აუდიოვიზუალურ მედიატექსტებს შორის, ყველაზე საყვარელი სახეობაა ყველა ასაკის, მედიაალქმის დონისა და ესთეტიკური გემოვნების, სოციალური მდგომარეობისა და პროფესიული სტატუსის მქონე აუდიტორიისათვის. ამავდროულად, უდავოა, რომ მულტფილმები ყველაზე მეტად უყვართ პატარებს, ხოლო დასავლური ეკრანული მედიატექსტების ფართო გამოყენებამ გამოიწვია ის,

რომ თანამედროვე მოზარდები უკეთ იცნობენ დისნეის და სხვა უცხოურ მწარმოებელთა მულტიპლიკაციური ფილმების გმირებს, ვიდრე ქართული მულტიპლიკაციის პერსონაჟებს.

მედიატექსტების კიდევ ერთ გავრცელებულ სახეს წარმოადგენს რეკლამა. თანამედროვე სამყაროში, ალბათ, ძნელია მოძებნო ადამიანი, რომელსაც ერთხელ მაინც არ უნახავს რეკლამა თავის ცხოვრებაში. თანამედროვე რეკლამის აუდიტორია უზარმაზარია. ის მოიცავს როგორც ბავშვებს, ასევე ზრდასრულებს და მოხუცებს. დროთა განმავლობაში, რეკლამა „ვაჭრობის მამოძრავებელი“ ძალიდან იქცა მედიატექსტის დამოუკიდებელ სახეობად, რომელიც ვითარდება საკუთარი კანონების მიხედვით და ხასიათდება გარკვეული მხატვრული და ესთეტიკური ფასეულობებით. XXI-ე საუკუნეში რეკლამა წარმოადგენს ადამიანის ყოველდღიურობას, ის გვკარნახობს ცხოვრების სტილს, ავითარებს ჩვენში გემოვნებას, გვიქმნის გარკვეულ დამოკიდებულებას ამა თუ იმ პროდუქციის მიმართ, რის საფუძველზეც ყალიბდება ერთგვარი სტერეოტიპები. მრავალრიცხოვანი რეკლამების არსებობის პირობებში, განსხვავება შეინიშნება უშუალოდ რეკლამის ტექსტებში, პრიმიტიული სარეკლამო განცხადებებიდან დაწყებული და მედიახელოვნების უმაღლესი ნიმუშებით დამთავრებული, რომელსაც ქმნიან სარეკლამო ინდუსტრიის მაღალი კლასის სპეციალისტები.

რეკლამას ვხვდებით სახლში – ტელევიზორის ყურების დროს, ქუჩაში – ბილბორდებზე, აგრეთვე, განცხადებების სახით ნებისმიერ ადგილას, მანქანაში – რადიოს მოსმენის დროს, კაფეში, კინოთეატრში, ავტობუსების გაჩერებებზე და ა. შ. რეკლამების სირმავლე ხშირად იწვევს უკურეაქციას: თვით ყველაზე მომთმენი მაყურებელიც კი ღიზიანდება გაუთავებელი სარეკლამო რგოლების გამო, რომლებიც იჭრება საყვარელი/საინტერესო გადაცემის თუ ფილმის ტრანსლირების დროს, თუმცა, ამავდროულად, აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ რაოდენ უარყოფითადაც არ უნდა ვიყოთ განმსჭვალული რეკლამის მიმართ, ძალიან ხშირად გაუთვითცნობიერებლად მისი ზეგავლენის ქვეშ ვექცევით.

სარეკლამო საქმის ცნობილი სპეციალისტი – დევიდ ოგილვი (1911-1999) აცხადებს: „თუკი რომელიმე პროდუქციაზე კლებულობს მოთხოვნილება, საჭიროა

მომხმარებლის ისეთი „გათიშვა“, რაც შეაძენინებს მას პროდუქციას უგონო მდგომარეობაში ყოფნის დროსაც კი“ (ოგილვი 1999).

როგორც წესი, ადამიანი უკეთ აღიქვამს იმ ინფორმაციას, რომელიც მას აინტერესებს, უკეთ ემთხვევა მის პირად გემოვნებასა და მოთხოვნილებებს, ანუ ინფორმაციას ადამიანი აღიქვამს შერჩევის პრინციპზე დაყრდნობით. სწორედ აღქმის ისეთი დამახასიათებელი თვისება, როგორც შერჩევაა, ფართოდ იქნა გამოყენებული მედიატექსტებში, ასე მაგალითად: იმისათვის, რომ მაყურებელი უკეთ აღიქვამდეს რომელიმე პროდუქციის რეკლამას, ცდილობენ მის მიწოდებას მიმზიდველი ფორმით. ამასთან, მედიააღქმის მამოძრავებელ ფაქტორად წარმოდგენილია ენობრივი, აუდიო, ვიზუალური, ან აუდიო-ვიზუალური მეთოდები.

ერთ-ერთ ასეთ მეთოდს წარმოადგენს სარეკლამო ჭრილის დემონსტრირებისას საქონლის ან ფირმის და ა. შ. უპირატესობების არაერთი გამეორება, ხაზგასმა. მაყურებელი კი, უკეთ იმახსოვრებს იმ ინფორმაციას, რომელიც მეორდება რამდენჯერმე. ამავდროულად, მრავალჯერადი განმეორება ქმნის უსაფრთხოების ილუზიას.

სარეკლამო ბიზნესში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს საბავშვო საქონელსა და პროდუქციას. „საბავშვო რეკლამის“ მიზნობრივ ჯგუფს წარმოადგენენ ბავშვები, რომლებიც რეკლამის ნახვის შემდეგ აქტიურად ზემოქმედებენ საკუთარ მშობლებზე ნანახი პროდუქციის შექმნის მოთხოვნით. ამ მხრივ, რეკლამის მწარმოებელნი ახდენენ აქცენტირებას ბავშვის აღქმის თავისებურებებზე: სიკაშკაშეზე, უჩვეულო ფორმაზე, ჯადოსნურობაზე და ა. შ.

რეკლამირებადი პროდუქციისადმი ინტერესის გაღვივების მიზნით, ხშირად იყენებენ ყველასათვის კარგად ნაცნობი ზღაპრების ან გადაცემების სიუჟეტებს: სარეკლამო ტექსტის ავტორები რეკლამირებად საქონელს „რთავენ“ ხოლმე ლეგენდისთვის, ზღაპრისთვის, მითისთვის დამახასიათებელ სქემაში, და ამ გზით ანიჭებენ მას მიმზიდველ ხასიათს, განსაკუთრებით, ბავშვებისთვის. „ბევრ პოპულარულ მედიატექსტში ამა თუ იმ დოზით იგრძნობა ბიბლიური მოტივების, ძველბერძნული მითოლოგიის, კონკიას, წითელქუდას და ა. შ. ზღაპრების გამოვლინება. უდავოა, რომ აუდიტორია შეუმჩნევლად, საკუთარი თავისთვის

გაუაზრებლად მიიღტვის ზღაპრულობისაკენ, ფანტასტიური მოქმედებებისაკენ, მითოლოგიის გმირებისაკენ“ (Федоров 2007:250).

გარდა ზღაპრული ელემენტებისა, საბავშვო რეკლამაში ითვალისწინებენ მოზარდი აუდიტორიის ინტერესებს. ამიტომაც, ხშირად, ასეთ რეკლამაში მონაწილეობენ ბავშვები - მაყურებელთა თანატოლები. ერთი სიუჟეტის მიხედვით, ესაა ბავშვი, რომელიც აგემოვნებს არაჩვეულებრივ და უგემრიელეს იოგურთს, მარგებელს მისი ჯანმრთელობისათვის, მეორეს მიხედვით - ესაა ბავშვი, რომელიც ირგებს ამა თუ იმ მწარმოებლის მიერ შექმნილ გაუმჯობესებული სტრუქტურის საფენებს და მშვიდად ატარებს დღესა თუ ღამეს. მესამე სიუჟეტის თანახმად, ბავშვებისაგან შემდგარი საექსპედიციო ჯგუფი მიემგზავრება რეკლამირებული და საიმედოდ გადანახული პროდუქციის მოსაძიებლად - რეკლამის დასარულს, ბავშვი პოულობს კაკაოთი სავსე ქილას, გაისმის ბავშვების ბედნიერების გამომხატველი ხმამაღალი შემახილები. ეჭვს არ ბადებს ის ფაქტი, რომ ამგვარი რეკლამის ნახვის შემდეგ, ბავშვს, რომელსაც მაღაზიაში შესვლისთანავე თვალში ხვდება რეკლამაში ნანახი პროდუქცია, რომელიც ბევრი სირთულის გადალახვის შემდეგ იპოვეს რეკლამის მთავარმა გმირებმა, - უჩნდება სურვილი: მარტივად, ყოველგვარი დაბრკოლების გარეშე, იოლი გზით მიიღოს ის, რის მისაღებადაც სხვებს მოუხდათ ენერჯის, დროისა და გარკვეული მანძილის დაფარვაც კი.

საბავშვო რეკლამის მიზანმიმართულ ჯგუფს წარმოადგენენ არა მხოლოდ ბავშვები და მოზარდები, არამედ მათი მშობლებიც. ასეთ შემთხვევაში აქცენტი კეთდება მედიატექსტებში გამოხატულ შემდეგ ფრაზებზე: „მხოლოდ ყურადღებიანი დედა ყიდულობს თავისი შვილისათვის ... (პროდუქციის სახელწოდება)“, ან „დედაჩემი საუკეთესო დედაა მსოფლიოში იმიტომ, რომ მყიდულობს ....“ და ა. შ. ეს მაგალითები ცხადყოფს, რომ ამ შემთხვევაში აქცენტი კეთდება სარეკლამო ობიექტის სარგებლიანობაზე მოზარდისათვის.

მაშასადამე, სარეკლამო მედიატექსტებში „გამაძლიერებელი“ მეთოდებით მიმართავენ სხვადასხვა სახის მანიპულაციებს, რომელთა მთავარი მიზანია ფარული ფსიქოლოგიური ზემოქმედების მოხდენა ადამიანზე, ანუ ადამიანი გაუთვითცნობიერებლად იქცევა რეკლამის მწარმოებელთათვის პოტენციურ სამიზნედ - მიღის მაღაზიაში, ხედავს რეკლამირებულ პროდუქციას, მის

მეხსიერებაში ცოცხლდება რეკლამის სიუჟეტი, საბოლოო შედეგი კი ასეთია: ის აკეთებს არჩევანს სწორედ რეკლამირებული საქონლის სასარგებლოდ.

დღევანდელ სარეკლამო ბაზარზე რეალობაა ის ფაქტი, რომ ზოგიერთი რეკლამის ქვეტექსტი ვერ უძლებს ვერანაირ კრიტიკას. მაგალითად: თვითმფრინავმა განიცადა ავიაკატასტროფა, პილოტი კი ღიმილით აწვდის მგზავრს შოკოლადს და ორიოდ წამის შემდეგ „ღირსეულად“ კატაპულტირდება. ცალსახაა, რომ მსგავსი რეკლამების აღმზრდელობით ღირებულებაზე საუბარიც ზედმეტია.

სწორედ ამიტომაც, აუცილებელია, ბავშვებს, მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებათა აქტიურ მომხმარებლებს, მაყურებლებს, მკითხველებს – განუვითარდეთ დამოუკიდებელი აზროვნების, კრიტიკულად შეფასებისა და შერჩევის უნარ-ჩვევები. აქ უმნიშვნელოვანესი როლი ენიჭება მშობლებს, როგორც ბავშვის პირველ მრჩევლებსა და კონსულტანტებს.

მედიატექსტების შემდეგ სახეობას მიეკუთვნება თანამედროვე თამაშობები, რომელთა ჩართვაშიც ბავშვს სულაც არ სჭირდება ეზოში ჩასვლა, მეგობრებთან შეხვედრა. საკმარისია ხელთ ჰქონდეს მობილური ტელეფონი, კომპიუტერი ან ტელევიზორი. ასე მაგალითად, სატელევიზიო თამაშების ნახვა, სერიალებისა და რეკლამების მსგავსად, შესაძლებელია პრაქტიკულად ნებისმიერ არხზე. მედიატექსტის ეს ფორმა სწრაფად ვითარდება. არსებობს ტელეთამაშების ნაირსახეობა, რომელთაგან თითოეული ხასიათდება საკუთარი სპეციფიკით. მაგალითად, არსებობს ვიქტორინის მსგავსი თამაშები, სადაც მონაწილეები სცემენ პასუხს დასმულ კითხვებს, ან ასრულებენ წამყვანის მიერ მითითებულ დავალებებს. ამგვარი სატელევიზიო თამაშის მსვლელობის პროცესში მაყურებელს ყოველთვის ეუფლება დაძაბულობის განცდა: რა მოხდება შემდეგ? რით დასრულდება ეს ყველაფერი? კარგად ორგანიზებული მსგავსი ვიქტორინები ატარებენ აღმზრდელობით ხასიათს. მათში აზარტთან და თამაშის ელემენტებთან ერთად, ვლინდება განმავითარებელი ელემენტი, ხოლო თამაშის მონაწილეებსა და მაყურებლებს ეძლევათ საშუალება გამოავლინონ საკუთარი ინტელექტუალური და სპორტული შესაძლებლობანი.

მედიატექსტების სახეობებს შორის, მნიშვნელოვანია ბოლო დროს გავრცელებული ე. წ. „რეალითი შოუების“ ნაირსახეობაც, რომლებიც დიდი



პოპულარობით სარგებლობენ მოზარდებში. მსგავსი შოუებისადმი უცვლელი ინტერესის საიდუმლოებანი მარტივად აიხსნება სიუჟეტის მიზიდულობით, მრავალსერიულობით, მიმდინარე მოვლენების რეალობის ილუზიის წყალობით და ა. შ., რაც საშუალებას აძლევს მაყურებელს – მარტივად აღმოჩნდეს მისთვის კარგად ნაცნობ გარემოში და აღიქვას მიმდინარე მოვლენები, როგორც საკუთარი ცხოვრების ურყევი ნაწილი. ჟანრობრივი კანონზომიერებიდან გამომდინარე, რეალთი შოუს ყოველი მორიგი სერია წყდება „ყველაზე საინტერესო მომენტზე“, რაც მაყურებელს ტოვებს ემოციონალურ მდგომარეობაში და შესაბამისად, უღვივებს კიდევ უფრო ძლიერ ინტერესს იმისა, თუ რა მოხდება შემდგომ.

თავისი სტრუქტურიდან გამომდინარე, რეალთი შოუ ინტერაქტიული ხასიათისაა, სადაც ხმის მიცემის საშუალებით ნებისმიერ მაყურებელს შეუძლია მონაწილეობა მიიღოს გმირების ბედის მართვაში, გადაწყვიტოს, ვინ დატოვებს შოუს. ზემოაღნიშნული და კიდევ სხვა ბევრი მიზეზი იძლევა საფუძველს, რომ შოუ იქცეს დამაინტრიგებელ ისტორიად, რომლის დასასრულიც აუცილებლად უნდა ნახოს მაყურებელმა, რომელიც ჩართულია, გულშემატკივრობს და ხშირად ცხოვრობს კიდევ თავისი საყვარელი გმირის ცხოვრებით.

რეალთი შოუს სტრუქტურის მსგავსია უამრავი ლათინოამერიკული თუ ბრაზილიური სერიალი, რომლებიც თავისი ჟანრობრივი გამომსახველობით იპყრობს როგორც ზრდასრული, ასევე მოზარდი მაყურებლის ყურადღებას.

სერიალების მოყვარულებად საქართველოში ძირითადად ქალბატონები და ბავშვები (უმეტესად, გოგონები) გვევლინებიან, რომლებიც ყოველდღიურად მისჩერებიან ეკრანს და თავიანთ „გმირებთან ერთად“ (როგორც „წესი“, გმირები სერიალების დადებითი პერსონაჟები არიან) ცდილობენ გაუმკლავდნენ იმ სირთულეებსა და წინააღმდეგობებს, რომელთაც მათ უწყობს ცხოვრება (რეჟისორი) და სხვა არაკეთილმოსურნე ადამიანები. შეიძლება ითქვას, რომ სერიალი მსგავსია ზღაპრისა, რომელიც საბოლოოდ კეთილის ბოროტზე გამარჯვებით სრულდება. შესაბამისად, ერთი შეხედვით რთულია სერიალი შეაფასო ცალსახად უარყოფითად, აქაც ხომ საბოლოოდ ყველაფერი ლოგიკურად სრულდება და კეთილი გმირები ყოველთვის „იმარჯვებენ“. თუმცა, თუ სერიალებს შინაარსობრივად და მისი ზემოქმედების ხასიათიდან გამომდინარე განვიხილავთ, ძალიან ბევრი უარყოფითი

მახასიათებლები გამოვლინდება. მაგალითად, საკამათოა ის ზნეობრივი და მორალური პრინციპები, რასაც ეფუძნება სერილების უმრავლესობა. სერიალებში გადმოცემული შური, ბოროტება, გარყვნილება, შურისძიება, ეჭვიანობა, ღალატი, სიძულვილი, რისი ნახვაც ბავშვებისთვის მარტივად არის შესაძლებელი დღის და საღამოს საათებში (ყოველგვარი შეზღუდვისა და მინიშნებების გარეშე) – რაღა თქმა უნდა, არანაირად არ იწვევს დადებით მედიაგავლენას ბავშვებზე (და არა მხოლოდ ბავშვებზე).

მედიატექსტის კიდევ ერთ გავრცელებულ ფორმას ქართულ მედიასივრცეში წარმოადგენს კრიმინალური ქრონიკა – მას ბოლო წლებში წამყვანი ადგილი უჭირავს თითქმის ყველა ტელევიზიის საინფორმაციო გამოშვებებში, რომლებიც, თავის მხრივ, მთელი დღის მანძილზე, პრაქტიკულად, ყოველ საათში ერთხელ მაინც იმეორებენ „მნიშვნელოვან კრიმინალურ“ ისტორიებს. კრიმინალური ისტორიების უმეტესი ნაწილი, რომ არაფერი ვთქვათ უდანაშაულობის პრეზუმფციის დარღვევაზე, ხშირად შეიცავს ისეთ ინფორმაციას, ფოტოს თუ ვიდეომასალას, რომელთა გაცნობა არ არის მიზანშეწონილი არათუ ბავშვებისთვის, არამედ სრულწლოვნებისთვისაც კი. ასეთია, მაგალითად, გვამის ჩვენება, სისხლის კადრები, მითითება სასტიკი დანაშაულების დეტალებზე (მაგალითად, როგორ მოკლა დედამ ბავშვი თავში შეშის ნატეხის რამდენჯერმე ჩარტყმით). კრიმინალური ისტორიების მავნე ზეგავლენით გავრცელება ტელევიზიების მსგავსად ეხება ინტერნეტმედიას და უფრო ნაკლები ხარისხით – ბეჭდურ მედიას.

კრიმინალური ისტორიების მავნე ზემოქმედების საკითხის განხილვასთან ერთად, მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნაც, რომ კრიმინალურ ამბებს (ფოტო, ვიდეო, ინფორმაცია) მაყურებელთა დიდი ნაწილი აღიქვამს არა როგორც ცუდ ამბავს, არამედ როგორც სანახაობას, საინტერესო საკითხავს. ამ საკითხით დავინტერესდით და ჩავატარეთ კვლევა

საინტერესო შედეგები მივიღეთ ამ კუთხით ჩატარებული კვლევების შედეგად.

**კვლევის მიზანი:** 10-18 წლის ბავშვებსა და მოზარდებში კრიმინალური ამბების (სიუჟეტი, სტატია) გაცნობის, ნახვის შემდეგ განცდებისა და დამოკიდებულებების დადგენა.

**კვლევის მონაწილეები:** ქ. ბათუმის, ხელვაჩაურის, ქედის და ხულოს მუნიციპალიტეტების საჯარო სკოლების 250 მოსწავლე.

**კვლევის მეთოდი:** ინტერვიუ, ცხრილის ანალიზი.

**კვლევის ჩატარების დრო:** 2011 წლის მაისი.

**კვლევის პროცედურა:** ინტერვიუს წინასწარ შემუშავებული კითხვარი გაეცნო პედაგოგებს, ფსიქოლოგებს, მშობლებს, ბავშვთა საკითხებზე მომუშავე იურისტებს, მათი შენიშვნებისა და წინადადებების საფუძველზე შედგა კითხვარის საბოლოო ვარიანტი.

კითხვარების ანალიზმა შემდეგი სურათი მოგვცა:

კითხვა: რა განცდა გეუფლებათ, როდესაც ტელევიზიით (საინფორმაციო გამოშვება, გადაცემა) ნახულობთ კრიმინალური ხასიათის ამბავს, გვამის ან/და სისხლის კადრებს?					
დასახელებული პასუხები	რესპონდენტთა ასაკი				საერთო შედეგები%
	8-11	12-14	14-16	16-18	
ეს ჩემთვის უბრალოდ ინფორმაციაა	1	7	9	13	12%
ვლიზიანდები და ვცდილობ თვალი ავარიდო	31	25	18	23	39%
არანაირი განცდა არ მეუფლება	2	6	11	19	15%
ამ საკითხზე აქამდე არ მიფიქრია	21	16	25	18	32%
სხვა პასუხი	3	0	1	1	2%
საერთო შედეგები:	58	54	64	74	100%

ზემოთ აღნიშნული კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ 8-11 წლის ბავშვები ღიზიანდებიან, როცა ტელევიზიით ნახულობენ ინფორმაციას კრიმინალის შესახებ, ამავე დროს, ამ ასაკის ბავშვების დიდ ნაწილს (21 ბავშვი) ამ საკითხზე აქამდე არასდროს უფიქრია. კვლევაში მონაწილეთა უმრავლესობას (39%) აღიზიანებს კრიმინალის შესახებ ინფორმაციის ნახვა ტელევიზიით. საგანგაშო მონაცემია ის, რომ კვლევაში მონაწილეთა 15%-ს არანაირი განცდა არ ეუფლება ასეთ დროს, რაც ნიშნავს

იმას, რომ ეს ბავშვები და მოზარდები უბრალოდ შეგუებულნი არიან მსგავსი სახის ინფორმაციას.

კვლევაში მონაწილე ბავშვების 32% აცხადებს, რომ ამ დრომდე არ უფიქრიათ კრიმინალის შესახებ ინფორმაციის გაცნობით გამოწვეულ განცდებზე, რაც გვამლევს ვარაუდის საფუძველს, რომ მათთვის არც სკოლაში და არც სახლში არავის დაუსვამს საკითხი, მიუნიშნებია, ან მიუთითებია ტელეარხით გადმოცემული კრიმინალის შესახებ ინფორმაციის მავნე ზემოქმედების შესახებ.

ბავშვების ურთიერთობა მედიასამყაროსთან, რა თქმა უნდა, არ შემოიფარგლება მხოლოდ სერიალების, სატელევიზიო გადაცემების, მულტიპლიკაციური ფილმების ნახვით, წიგნებისა და ჟურნალების კითხვით, ინტერნეტში მასალების გაცნობით (ინფორმაციის მიღებით). აშკარაა, რომ ბოლო პერიოდში სკოლამდელი ასაკის ბავშვებიც კი აქტიურად არიან ჩართულნი კომპიუტერული თამაშების ვირტუალურ სამყაროში. კომპიუტერული თამაშები მოზარდებში ყველაზე მეტი ინტერესითა და აზარტით გამოირჩევა, რამდენადაც არსებობს თამაშების განუსაზღვრელი რაოდენობა და დიდი შინაარსობრივი არჩევანი. პირველ ეტაპზე მშობლებსაც სიამოვნებთ ბავშვების ამგვარი „გატაცება“ და ერთგვარად ახალისებენ კიდევ, რადგანაც თვლიან, რომ კომპიუტერული თამაშებით მათი შვილები კომპიუტერულ პროგრამებს ეუფლებიან.

კომპიუტერული თამაშები, თავისი სტრუქტურიდან, სირთულიდან გამომდინარე, გულისხმობს თამაშის სხვადასხვა ეტაპზე გადასვლას, რა დროსაც ის უფრო რთული და საინტერესო ხდება, – შესაბამისად, იზრდება მოთამაშის ინტერესიც.

აზარტული კომპიუტერული თამაშების დიდი ნაწილი დაფუძნებულია აგრესიაზე, ძალადობაზე, იარაღზე, მკვლელობაზე, მანქანის გატაცებაზე და ა. შ., ეს ყველაფერი, მართალია, ვირტუალურ სამყაროში ხდება, მაგრამ მას აშკარად მავნე ზეგავლენა აქვს მოთამაშეზე, განსაკუთრებით, მოზარდზე.

კომპიუტერული თამაშების პოპულარობის ზრდას მივყავართ მოსწავლეების მიერ თავისუფალი დროის გამოყენების მნიშვნელოვან ცვლილებებთან. ვიდეო-ტექნიკის გავრცელებისა და პერსონალური კომპიუტერების ხელმისაწვდომობის

ზრდასთან ერთად, გაიზარდა მოსწავლეთა შესაძლებლობები – ოჯახურ პირობებში დაიკმაყოფილონ კულტურული და გასართობი მოთხოვნები.

აქ დაისმის კითხვა: რა იწვევს ბავშვების (მოსწავლეების) მიერ კომპიუტერული თამაშებით დაინტერესებას?

სხვა მიზეზებთან ერთად, რომლებიც ზემოთ აღინიშნა, კომპიუტერული თამაშები ადვილად ხელმისაწვდომ პროდუქციას წარმოადგენენ და ატარებენ დინამიკურ, გასართობ ხასიათს. ამავდროულად, სატელევიზიო თამაშების მსგავსად, კომპიუტერული თამაშებიც ინტერაქტიული ხასიათისაა, რომლის დროსაც მოზარდს შეუძლია შეცვალოს მისი ტემპი, სირთულის დონე, მოქმედების ადგილი, შეარჩიოს პერსონაჟი და ა. შ. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, კომპიუტერული თამაშის დროს ბავშვს ექმნება ყოვლისშემძლეობის შთაბეჭდილება: მის მიერვე შექმნილ ვირტუალურ სამყაროში ყოფნის დროს, ის გრძნობს თავს შექმნილი სამყაროს ბატონ-პატრონად, რომელსაც ძალუმს გმირებისა და იმპერიების ბედის განსაზღვრა.

სხვადასხვა სახის მიმდინარეობებისა და სირთულის მქონე კომპიუტერული თამაშების დროს, საგანმანათლებლო პროგრამების გამოყენების, ინტერნეტში შესვლისა და მიმოწერის დროს თანამედროვე მოსწავლეები (ბავშვები) შედიან განსაკუთრებულ ვირტუალურ სამყაროში.

საჭირო ინფორმაციის მოპოვების მიზნით, ბავშვები სულ უფრო ხშირად მიმართავენ კომპიუტერულ ტექნოლოგიებს, ვიდრე წიგნებსა და სახელმძღვანელოებს.

კომპიუტერული სამყარო, მათ შორის, გასართობი, აწვდის ახალგაზრდა თაობას უდიდეს შესაძლებლობებს: პირველ რიგში, ესაა ინფორმაციის მიღების უსწრაფესი და უმოკლესი გზა, სადაც ბავშვს შეუძლია წაიკითხოს ნებისმიერი წიგნი ნებისმიერ თემაზე და ენაზე.

კომპიუტერისა და ინტერნეტის დახმარებით, ბავშვი ახდენს ურთიერთობების დეფიციტის კომპენსირებას, მათ შორის, მშობლებთან და უფროსებთან. ინტერნეტკომუნიკაციებით და სხვადასხვა სოციალური ქსელით (Facebook, odnoklassniki, skype) ბავშვები იძენენ ვირტუალურ მეგობრებს, რომლებსაც ესაუბრებიან სხვადასხვა თემატიკაზე და მათთვის საინტერესო მოვლენებსა და ფაქტებზე. ამგვარი ურთიერთობების ერთ-ერთ პრიორიტეტს წარმოადგენს ის ფაქტი, (რაც განსაკუთრებულ მოწონებას პოულობს მოზარდებში), რომ ვირტუალური

ურთიერთობების დროს შესაძლებელია ესაუბრო „მეგობარს“ საკუთარი ვინაობის დასახელების გარეშე, რაც ხელს უწყობს მათ, უფრო თავისუფლად ისაუბრონ სხვადასხვა თემებზე, გაუზიარონ სხვებს საკუთარი დარდი, პრობლემები და მოსაზრებები.

კომპიუტერი, ასევე, წარმოადგენს გართობისა და დასვენების ერთ-ერთ ყველაზე გავრცელებულ ფორმას. კომპიუტერული თამაშები, აუდიოდისკების მოსმენა, ფილმების ნახვა და ა. შ. – ყველაფერი ეს საკმაოდ ხელმისაწვდომი პროდუქციაა როგორც ზრდასრულთათვის, ასევე მოზარდისთვისაც.

მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნაც, რომ კომპიუტერული ტექნიკა შეიძლება იყოს გამოყენებული, როგორც საგანმანათლებლო საშუალება. აქ იგულისხმება დისტანციური სწავლება, სამეცნიერო შრომების, რუკების მოძიება, საგანმანათლებლო პროგრამების გაცნობა და სხვა.

თანამედროვე ეპოქაში ბავშვის მედიასამყაროსთან ურთიერთობა შეუძლებელია წარმოვიდგინოთ მობილური ტელეფონის გარეშე. დღეს თითქმის აღარავინ დაობს იმ გარემოებაზე, რომ მობილურმა ტელეფონმა გაცილებით გაამარტივა ადამიანებს შორის კომუნიკაცია.

ბევრმა მშობელმა თავი დაიმშვიდა, რომ მობილური ტელეფონის საშუალებით მათ აქვთ თავიანთ შვილებთან უწყვეტი კავშირი და „აკონტროლებენ“ მათ ქცევას.

თანამედროვე ტელეფონი მხოლოდ კომუნიკაციის საშუალებას როდი წარმოადგენს. მას საკმაოდ მრავალფეროვანი გასართობი ფუნქციაც აკისრია: ფოტო, ვიდეო, თამაშები, ინტერნეტის გამოყენება.

ამავე დროს, მობილური ტელეფონი ბავშვებში იქცა საკუთარი სოციალური სტატუსის პოპულარიზაციის საშუალებად.

ჩავატარეთ კვლევა.

**მიზანი:** ბავშვებში მობილური ტელეფონის გავრცელების დონე და მათში მობილური ტელეფონის გამოყენებისადმი დამოკიდებულების ხარისხის გარკვევა.

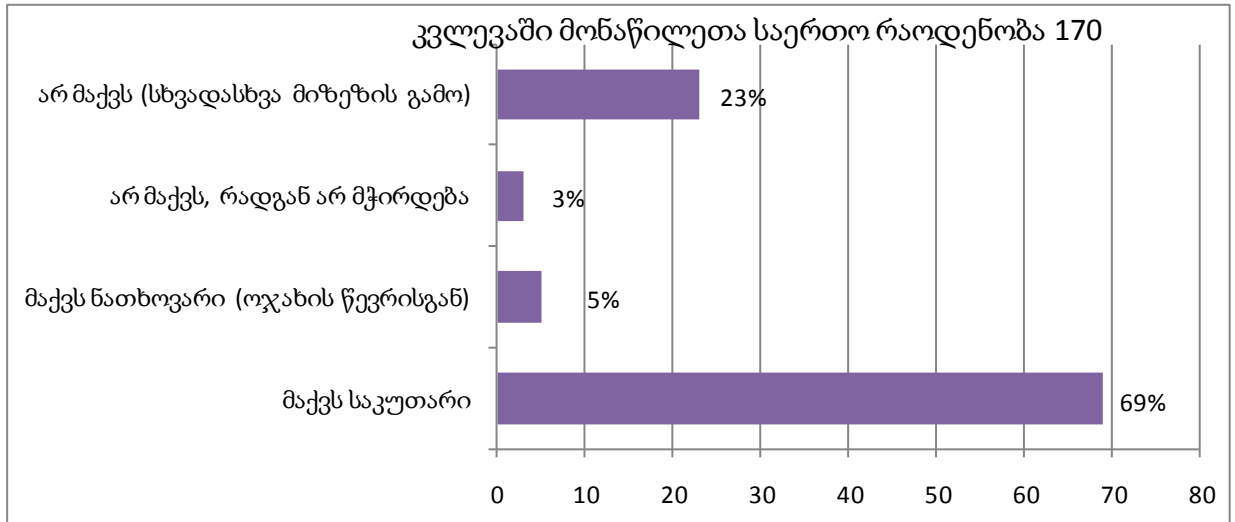
წინა კვლევის მონაწილე – ქ. ბათუმის, ხელვაჩაურის, ქედის და ხულოს მუნიციპალიტეტების საჯარო სკოლების 170 მოსწავლეს დავუსვით დამატებით ორი შეკითხვა მობილურ ტელეფონთან დაკავშირებით.

**კვლევაში მონაწილეთა ასაკი:** 8 – 18 წელი.

**კვლევის მეთოდი:** ინტერვიუ, სტატისტიკური ცხრილების ანალიზი.

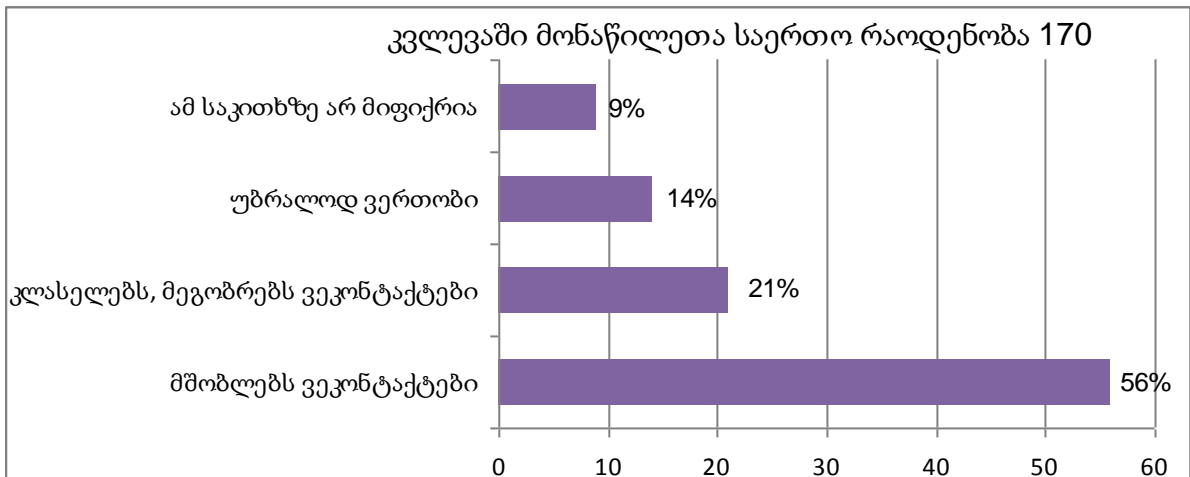
კვლევის შედეგები დამუშავდა სპეციალური კომპიუტერული პროგრამით.

**კითხვაზე: გაქვთ თუ არა მობილური ტელეფონი - პასუხები გადანაწილდა შემდეგნაირად:**



კვლევის იმ მონაწილეებს, ვინც დადებითი პასუხი გასცა (74%), დავუსვით დამატებითი შეკითხვა: **სკოლაში რა მიზნით გაქვთ მობილური ტელეფონი?**

პასუხები გადანაწილდა შემდეგნაირად:



კვლევის შედეგების მიხედვით, ბავშვები მობილურ ტელეფონებს ძირითადად მშობლებთან და მეგობრებთან კომუნიკაციისთვის გამოიყენებენ (77%), თუმცა აშკარაა, რომ მობილური ტელეფონი ბავშვებში ერთგვარი სოციალური სტატუსის განმსაზღვრელია. მეტიც, ბავშვების საკმაოდ დიდი რაოდენობა კითხვარების შევსების დროსაც მობილური ტელეფონით ერთობოდა და საჯაროდ ახდენდა იმის

დემონსტრირებას, რომ მათ ჰქონდათ „ახალი თაობის“ მობილური ტელეფონი, რაც იმის მანიშნებელია, რომ მათი ოფიციალური პასუხები ნაკლებად სარწმუნოა. ამ შემთხვევაში, კვლევის ძირითადი მიზანი იყო ბავშვებში მობილური ტელეფონის არსებობის დაახლოებითი რაოდენობრივი კვლევა. ფაქტია, რომ გამოკითხული 170 ბავშვიდან 125-ს თან ჰქონდა მობილური ტელეფონი, რაც ამყარებს დისერტაციაში მოყვანილ მოსაზრებას, რომ მობილური ტელეფონი განხილულ უნდა იქნეს მედიასაშუალებად.

ისევე, როგორც მედიატექნიკის სხვა საშუალებებს, მობილურ ტელეფონებსაც გააჩნია უარყოფითი მხარეები: ბავშვის ყურადღების გაფანტვა მეცადინეობებისა და გაკვეთილების პროცესში, „საექვო“ ხასიათის მქონე სურათებითა და ვიდეორგოლებით გართობა და ა. შ.

ჟურნალ-გაზეთები მრავალი წლის განმავლობაში წარმოადგენდა ინფორმაციის მიღების ყველაზე უფრო გავრცელებულ საშუალებას როგორც ბავშვებისთვის, ასევე ზრდასრულებისთვის. ფაქტია, რომ დღეს ინტერნეტი ნელ-ნელა ანაცვლებს ბეჭდურ მედიას. ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ ჟურნალების უმეტესობა ატარებს გასართობ ხასიათს, იყენებს ჟარგონებს და ავრცელებს „საინტერესო ჭორებს“. ასევე, გაზეთებიც ორიენტირებულია ე. წ. „სენსაციური ამბების“, კრიმინალური ისტორიების და სხვა, საზოგადოების ფართო ფენებისთვის საინტერესო მასალების ბეჭდვაზე, რასაც, ბუნებრივია, არანაირი დადებითი გავლენა არ აქვს ბავშვებზე. ფაქტია, რომ სულ უფრო მცირდება საგანმანათლებლო ჟურნალ-გაზეთების რაოდენობა, რაც, ჩვენი აზრით, უპირველესად გამოწვეულია ქვეყანაში მოსახლეობის გადაჭარბებული პოლიტიზებით. კერძოდ, მზარდია მოთხოვნილება საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ გამოცემებზე და გამომცემლებიც ბაზარზე არსებულ მოთხოვნილებას პასუხობენ (ბეჭდავენ პროდუქციას, რომელიც გაყიდვადია).

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ თანამედროვე მოზარდი ცხოვრობს მრავალრიცხოვანი მედიაშესაძლებლობების სამყაროში, სადაც მას აუცილებლად სჭირდება გარკვეული ცოდნა სტიქიურად მომდინარე განუსაზღვრელი რაოდენობის ინფორმაციის მისთვის საჭირო ინფორმაციად დახარისხების, გაცნობის და გამოყენების მიზნით.



ამრიგად, კვლევის შედეგად, მედიასაშუალებების გამოყენების ძირითადი მახასიათებლები შემდეგ სურათს გვამღვეს: ზოგადად, მედიასაშუალებებით სარგებლობს თითქმის ყველა ოჯახი და ყველა ბავშვი. პრიორიტეტი მიენიჭა ტელევიზორით, კომპიუტერით, ინტერნეტით სარგებლობას.

კვლევის შედეგების მიხედვით, შეიძლება დავადასტუროთ პარაგრაფის დასაწყისში გამოთქმული ვარაუდი, რომ მედიასაშუალებებთან ურთიერთობა თითოეულ ადამიანზე ახდენს ზეგავლენას ყველა იმ მიმართულებით, რასაც მოიცავს მედიაგადაცემათა შინაარსი: ეს იქნება განათლება, აღზრდა, შეგნება, ქცევა, რეაქცია, შეხედულებები, საკუთარი აზრის გამოთქმა, ინფორმაციის მიღება, აღქმა თუ გავრცელება.

## **§ 2. საბავშვო გადაცემებისადმი დამოკიდებულება**

მედიასაშუალებების გამოყენების მახასიათებლების გარკვევის შემდეგ, ქცევის ამოცანებიდან გამომდინარე, დავინტერესდით პრობლემით – როგორია საბავშვო გადაცემებისადმი დამოკიდებულება.

დავიწყებას მიეცა ის დრო, როდესაც სკოლიდან დაბრუნებული ბავშვი, სადილობის შემდეგ, გადიოდა ეზოში მეგობრებთან სათამაშოდ, შემდეგ კი გაკვეთილებს ამზადებდა. დღეს, საგაკვეთილო პროცესიდან დაბრუნებული ბავშვები, ძირითადად, ერთობიან ვიდეო და კომპიუტერული თამაშებით, ტელეგადაცემებით, სოციალურ ქსელებში (ინტერნეტში) ვირტუალურ მეგობრებთან ურთიერთობით.

უცხოელი მკვლევრების მიერ დადგინდა, რომ „ბავშვები ხარჯავენ კვირაში 38 საათზე მეტს მედიასაშუალებებით გართობაზე, – რაც თითქმის ოთხჯერ აღემატება გაკვეთილების მომზადებაზე გახარჯულ დროს. შედეგად კი ვღებულობთ დაბალ აკადემიურ მოსწრებას. ასე მაგალითად: გამოკითხვის საფუძველზე დადგინდა, რომ სტანდარტული ტესტირების შედეგების მიხედვით, ამერიკელ მოსწავლეებს უჭირთ სრულყოფილ დონეზე კითხვა, ცუდი მოსწრება აქვთ მოსწავლეებს არა მხოლოდ ჰუმანიტარული ხასიათის საგნებში, არამედ მათემატიკურშიც. ერთხელ სასწავლო პროგრამას ჩამორჩენილ ბავშვს კი უჭირს დაწიოს თავის თანატოლებს. მომავალში ამის საფუძველზე დგება შედეგი, სადაც დარღვეული იქნება ბალანსი სამუშაო

ადგილების რაოდენობასა და კვალიფიციურ ადამიანურ რესურსებს შორის (სამედიცინო პერსონალი, ინჟინრები, არქიტექტორები, უმაღლესი განათლების მქონე პირები და ა. შ.) (Greg Taillon 2010).

ტელევიზორის სტიქიურად გამოყენება ადრეულ ასაკში იწყება. „ამერიკელ პედიატრთა აკადემია ტელევიზორის მომხმარებლის მინიმალურ ასაკად მიიჩნევს 2 წელს, ხოლო ყურების რეკომენდებული საშუალო ხანგრძლივობა შეადგენს ორ საათს, რაც, გადაცემის ხარისხისა და შინაარსის გათვალისწინებით, არ შეესაბამება რეალურ ვითარებას“ (პედიატრთა ასოციაცია: 2012).

დღესდღეობით, ბავშვები იმყოფებიან ფანტასტიკის ჟანრის მქონე ფილმების, თრილერების, საშინელებათა ფილმების, დეტექტივებისა და სასიყვარულო ისტორიების შემცველი გადაცემების ზეგავლენის ქვეშ. ერთი მხრივ, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ამაში ცუდი არაფერია, რომ ბავშვი თავად ირჩევს თუ რა წაიკითხოს და ნახოს და სულაც არ ექცევა ყურადღება იმას, რომ ამგვარი ხასიათის ნაწარმოებს არ გააჩნია მორალური და აღმზრდელობითი ღირებულება. პირიქით, ფანტასტიკის ჟანრის მქონე ნაწარმოებები და ფილმები ხშირ შემთხვევაში ატარებენ ძალიან პრიმიტიულ ხასიათს, სადაც ავტორის მიერ ხელოვნურად შექმნილ სამყაროში, რომელიც არც ერთ რუკაზე და ატლასზე არ იძებნება, გმირები ძალიან უხეშად არიან დაყოფილი სინათლისა და სიბნელის წარმომადგენლებად, უსახურ, უსულო პერსონაჟებად. ამავდროულად, ნაწარმოების ავტორი საერთოდ არ ითვალისწინებს იმას, რომ რეალურ სამყაროში არსებობს ფერთა მდიდარი გამა და სპექტრი, ის, რომ ბნელეთის წარმომადგენლებმა მარტივად შეიძლება მოგვაჩვენონ თავი სინათლის წარმომადგენლებად. შემდგომში ორივე პერსონაჟი (დადებითი, უარყოფითი) თანაბარმნიშვნელოვნადაა წარმოჩენილი და აღქმული, რადგან ორივე მხარე იბრძვის ძალაუფლებისათვის, ორივე ძალადობს, კლავს, ორივე იცნობს მხოლოდ ერთ იარაღს: ხმალს და შუბს. ამავდროულად, სულაც არ განისაზღვრება და წარმოჩნდება ზნეობის საკითხები“ (Денисов 2009).

ცნობილი რუსი ფსიქიატრი და ექიმი-ნარკოლოგი – ა. დანილინი თავის კვლევაში აღნიშნავს: „ნებისმიერი ნაწარმოები, ფილმი თუ კომპიუტერული თამაში – აწვდის ადამიანს გადარჩენის ერთგვარ გეგმას, მაგრამ ეს გეგმა ვარგა მხოლოდ ვირტუალური სამყაროსთვის. მე მინახავს უამრავი ბავშვი, რომელთაც არ სჯერათ

საკუთარი ძალების, შესაძლებლობების და აწუხებთ მრავალი კომპლექსი, ხოლო ვირტუალური სამყაროს საშუალებით ასეთი ბავშვები ეუფლებიან ძალაუფლებასა და იმ კანონებს, რომლებიც რეალური ცხოვრების კანონებისგან განსხვავებით, ძალიან მარტივი და მათთვის გასაგებია“ (Денисов 2009).

ადამიანისთვის რეალურ ცხოვრებასთან დამაკავშირებელ ჯაჭვს წარმოადგენს ბუნებისადმი სიყვარული, რწმენა, ფიზიკური შრომა, შემოქმედება, საკუთარი წარსულის ცოდნა, ახლობლების, სამშობლოს, საკუთარი ხალხის, კულტურისა და ცხოველების მიმართ სიყვარული. თუ ეს ჯაჭვი გამოყენებული იქნება ზემოთ აღნიშნული ფანტასტიკური ჟანრის მქონე ნაწარმოებებში, ისინი არ იქნებიან მოკლებული ზნეობრივ ფასეულობებს და შესაბამისად, შეძლებენ განუვითარონ მოზარდებს ის უნარ-ჩვევები, რომლებიც მათ რეალურ სამყაროში არსებობას ასწავლიან.

იაპონელი მეცნიერი – ტონაკა კაზია თვლის, რომ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები უნდა იქნეს ინტეგრირებული აღზრდის პროცესში დიდი სიფრთხილით, რათა განავითაროს და არა დაანგრეოს ბავშვის პიროვნულობა. მედიასაშუალებების ზემოქმედების მოთოკვის მიზნით, მეცნიერ-პედაგოგებმა შეიმუშავეს რამდენიმე ვარიანტი, რომელთა შორის ერთ-ერთმა მიიღო „მულტიმედიას“ სახელწოდება. მისი შინაარსი მდგომარეობს აღზრდასა და განვითარებაში ინფორმაციის უახლესი ტექნოლოგიების კომპლექსურ გამოყენებაში (Джуринский 1998).

არანაკლებ მნიშვნელოვანია საგანმანათლებლო ტელევიზია. ის წარმოადგენს ბავშვებში პიროვნების განვითარების ერთ-ერთ ხელშემწყობ ფაქტორს, რომელიც უზრუნველყოფს მოსწავლეების ადეკვატურ მისწრაფებას ზრდასრული ადამიანის ფასეულობებისადმი.

ასე მაგალითად: „აშშ-ში საგანმანათლებლო გადაცემა გადმოიცემა 200-მდე ტელეარხსა და 700-ზე მეტ საკაბელო ტელევიზიის სტუდიაში. განათლების სამინისტრო კი უწევს კოორდინირებას რიგ საგანმანათლებლო პროგრამებს. ახალი საგანმანათლებლო პროგრამების შემუშავებასა და გავრცელებაში მონაწილეობენ პედაგოგიური ასოციაციები. ინგლისური ტელეკომპანია „ბი-ბი-სი“ ყოველწლიურად გადმოსცემს საგანმანათლებლო პროგრამებს, რომელთა საერთო მოცულობა 400-მდე

საათს აღწევს. მოცემულ გადაცემებს უყურებენ დიდი ბრიტანეთის პრაქტიკულად ყველა სკოლაში. საფრანგეთში სახელმწიფო ტელევიზია სისტემატიურად, კვირაში სამჯერ, გადმოსცემს საგანმანათლებლო გადაცემებს. იაპონიაში კი დედაქალაქისა და რეგიონალური ტელევიზიის არხების საშუალებით გადმოიცემა სხვადასხვა სახის საბავშვო საგანმანათლებლო გადაცემები (Джуринский 1998).

საქართველოში თითზე ჩამოსათვლელია საბავშვო გადაცემების რაოდენობა („ეტალონი“, „ყველაზე ჭკვიანი“, „ეკივოკი“, „საბავშვო ამბები“, „ბასტი-ბუბუ“, „მხიარული სტარტები“ და სხვ.), რომლებზეც იხარჯება საეთერო დროის მინიმუმი, მაშინ, როცა სერიალების ტრანსლირება ხდება სატელევიზიო ეთერის მთავარ დროს (ე.წ. „პრაიმ-თაიმი“), თითქმის ყოველ საათში ერთჯერ.

ზემოთ ჩამოთვლილი საბავშვო გადაცემების ნაწილის ტრანსლირება შეწყდა, ხოლო დარჩენილ გადაცემებს ეთერში იმ დროს უშვებენ, როცა ბავშვები სკოლაში არიან, ან უქმე დღეებში დილის 10:00-დან -13:00 საათამდე, ანუ იმ დროს, როცა ბავშვს სძინავს, ან კიდევ სხვა საქმით არის დაკავებული (გაკვეთილების მომზადება, ეზოში თამაში და ა. შ.).

რაც შეეხება საბავშვო არხს, ის ქვეყნის მასშტაბით მოქმედი, ლიცენზირებული მაუწყებლის სახით პრაქტიკულად არ არსებობს და არც არასდროს არსებობდა ქართული ტელევიზიის ისტორიაში. არსებობს მხოლოდ საკაბელო საბავშვო მაუწყებლობა „ენკი-ბენკი“, რომელიც მხოლოდ რამდენიმე საკაბელო ქსელში ვრცელდება.

იქმნება შთაბეჭდილება, რომ მოზარდი თაობის, როგორც მაცურებლის, ინტერესები არ არის დაცული ქართულ ტელესივრცეში, ეს იმ დროს, როცა ტელევიზია მიჩნეულია გართობისა და ინფორმაციის მიღების ერთ-ერთ პირველ წყაროდ საქართველოში.

დღესდღეობით, ბევრს საუბრობენ ბავშვთა უფლებებზე, რომლებიც უხემად ირღვევა ქართულ მედიასივრცეში. ხშირად გვხვდება სიუჟეტები ბავშვების მონაწილეობით ან რომლებშიც საუბარია რომელიმე კონკრეტულ ბავშვზე, სადაც, მარტივად რომ ვთქვათ, ირღვევა „ბავშვი-პერსონაჟის“, მთავარი გმირის უფლება – ამაზე ბევრი საუბრობს, თუმცა, სამწუხაროდ, არასდროს არავის გამოუკვლევია „ბავშვი-მაცურებლის“ უფლებებების დარღვევის ფაქტები.

სამწუხაროდ, ამ მხრივ არ არსებობს არავითარი წესები, რომლებიც გაათანაბრებდა არსებულ დისბალანსს საბავშვო გადაცემებსა და ზრდასრულებისათვის განკუთვნილ გადაცემებს შორის. იმ რეალობიდან გამომდინარე, რომ დღეს სულ უფრო მეტი ბავშვი ატარებს თავისუფალ დროს ეკრანის წინ, ცოტა გაუგებარია, თუ რატომ არ უნდა ჰქონდეთ ბავშვებს იმის საშუალება, რომ უყურონ მათი ასაკის, გონებრივი შესაძლებლობებისა და ინტერესების შესაბამის საგანმანათლებლო-შემეცნებითი ხასიათის გადაცემებს, რომლებიც მოახდენდნენ ბავშვზე პოზიტიურ ზეგავლენას, ნაცვლად იმ გადაცემებისა, რომელთა ზნეობრივი ღირებულება უტოლდება ნულოვან ნიშნულს, რომლებიც არ შეიცავს აღმზრდელობით, საგანმანათლებლო შინაარსს და ბავშვებს შთაუწერგავს მხოლოდ შურისძიების, ღალატის გრძნობას, ასწავლის გარყვნილებას, აგრესიას, ხრწნის მის სულიერებას.

ჩავატარეთ კვლევა იმის დასადგენად, თუ რომელ ტელეარხს უყურებენ ბავშვები საქართველოში.

**კვლევის მიზანი:** საქართველოში 8-18 წლის ბავშვებსა და მოზარდებში პოპულარული ტელეარხების გამოვლენა.

**კვლევის მონაწილეები:** ბათუმის, ქობულეთის, ხელვაჩაურის, ხულოს, ოზურგეთის, ქუთაისის საჯარო და კერძო სკოლების 500 მოსწავლე.

**კვლევის მეთოდი:** ანკეტირება, ინტერვიუ, ინტერნეტგამოკითხვა.

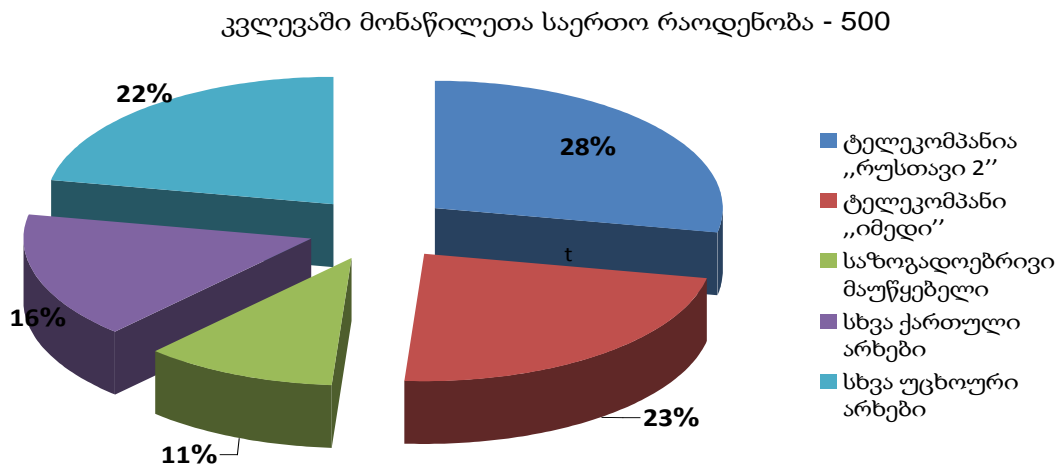
**კვლევის ჩატარების დრო:** 2011 წლის მარტი-აპრილი.

**კვლევის პროცედურა:** წინასწარ შემუშავებული კითხვარი გაეცნო პედაგოგებს, ფსიქოლოგებს, მშობლებს, ბავშვთა საკითხებზე მომუშავე იურისტებს. მათი შენიშვნებისა და წინადადებების საფუძველზე, შედგა კითხვარის საბოლოო ვარიანტი.

კვლევის პროცესი წარიმართა კვლევის მეთოდების შესაბამისად. ანკეტირებისა და ინტერვიუს მეთოდის გამოყენებაში გვეხმარებოდა ფოკუსჯგუფები, რომელთა შემადგენლობაში შედიოდნენ: 10 მასწავლებელი, 1 დოქტორანტი, 9 მოსწავლე. ინტერნეტგამოკითხვის ხელმძღვანელობა განხორციელდა დისერტანტის მიერ.

კვლევის შედეგები დამუშავდა სპეციალური კომპიუტერული პროგრამით:

## კითხვა: რომელ ტელეარხს უყურებთ უფრო ხშირად?



როგორც კვლევის შედეგებიდან ჩანს, ბავშვებში ყველაზე ყურებად ტელეარხებს წარმოადგენენ „რუსთავი 2“ (28%) და „იმედი“ (23%), რაც, სავარაუდოდ, უფრო მეტად განპირობებულია ამ ტელეკომპანიების მაუწყებლობის შედარებით მაღალი ხარისხით და მშობელთა მიერ ამ ტელეარხების არჩევით (ბავშვების დიდი ნაწილი ძალაუვნებურად უყურებს იგივე არხს, რომელსაც მშობლები), ვიდრე საბავშვო გადაცემების სიმრავლით.

კვლევის ამოცანებიდან გამომდინარე, კვლევის შემდგომი საფეხური გახდა აღნიშნული ტელეკომპანიის მიერ მომზადებული და ეთერში გადაცემული გადაცემების განხილვა. მონაცემები, თვალსაჩინოებისათვის, წარმოდგენილია ცხრილის სახით.

„რუსთავი 2“-ის ეთერში გადაცემული ტელეგადაცემების ნუსხა (2000-2012 წწ.): კურიერი, ვაკანსია, პოზიცია, ბრავო, ნიჭიერი, ქლაბ-შოუ, დილა მშვიდობისა საქართველო, არჩევანი, Primetime, ჯეოსტარი, ეთამაშე ვარსკვლავს, ცოცხალი შოუ, ბიზნეს კურიერი, თავისუფალი თემა, პროფილი, ვის უნდა 20000, თქვენი შოუ, სუსტი რგოლი, სხვა ამბები, სამკუთხედი, ღამის კურიერი, რა? სად? როდის?, სიცილის ზონა, ხალხის პირისპირ, კურიერი P.S., უპასუხეთ ხალხს, შუა დღე, იღბლიანი ბორბალი, ქომედი შოუ, ყაზარმა, სადამოს შოუ სანდროსთან ერთად, უკანასკნელი გმირი, იდეა - ფული და ერთი შანსი, ვა-ბანკი, ჩემპიონთა ლიგა, სპორტ-ტაიმი, საბავშვო ამბები, მხიარული სტარტები, გუნდი, დუტას ზღაპრები,

ანაბანა, რაო-რაო?, ვისწავლოთ ხატვა, ჯეტიქს ქიდს თასი, ეკივოკი, რუსთავი 2-ის საბავშვო თასი, ყველაზე ჭკვიანი, ტაქსი, ნანიკოს შოუ, მიმდერე რამე, დოკუმენტური ფილმები, პატრული, გახსნილია, დარდუბალა, Перекресток, კომუნიკატორი, ჩვენი ეზო, ფსიქო, უბნის ინსპექტორი, საქართველო - უახლესი ისტორია, ვარსკვლავების აკადემია (წყარო: [www.rustavi2.com](http://www.rustavi2.com)).

განვიხილოთ ის საბავშვო გადაცემები, რომლებიც გადიოდა ან გადის ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის ეთერში:

**„საბავშვო ამბები“** – რუსთავი 2-ის ეთერში 2009 წლიდან 2011 წლამდე გადიოდა. გადაცემა ამერიკულ საბავშვო-საინფორმაციო პროგრამა „Teen Kids News“-ის ქართულ ვერსიას წარმოადგენდა. პროგრამა „kids to kids“ (ბავშვები ბავშვებს) ფორმატისაა, რაც გულისხმობს ბავშვების მიერ ბავშვებისათვის განკუთვნილი საინფორმაციო-საგანმანათლებლო პროგრამის მომზადებას და ტრანსლირებას „დიდების“ ტელევიზიაში.

ფორმატის მიუხედავად, გადაცემის აუდიტორია არ შემოიფარგლებოდა მხოლოდ ბავშვებით, – პროგრამას ინტერესით ადევნებდნენ თვალყურს მათი მშობლებიც, რაც მრავალფეროვანს ხდიდა პროგრამის პოტენციურ აუდიტორიას. გადაცემის ფორმატი ჩამოაყალიბა ცნობილმა ტელეპროდიუსერმა - ალბერტ ტ. პრიმომ, რომელიც ჩამოსული იყო საქართველოში ამ პროექტზე სამუშაოდ. პროექტის ფორმატიდან გამომდინარე, შეირჩა 20 ბავშვი (სულ შევიდა 2500 განაცხადი) - წამყვანები ( 11-13 წლამდე), რეპორტიორები ( 8-13 წლამდე) და სარეზერვო გუნდი.

საბავშვო გადაცემა **„მხიარული სტარტები“** წარმოადგენდა სპორტულ შეჯიბრება-თამაშს სკოლებს შორის. გადიოდა ეთერში 2009-2011 წლებში.

საბავშვო გადაცემა **„გუნდი“** – წარმოადგენს სკოლებს შორის სახალისო გუნდური და ინდივიდუალური ხასიათის სპორტულ შეჯიბრებათა სერიას. პროექტი წარმოადგენს უცხოური ფორმატების - „თამაშები საზღვრებს გარეშე“, „ეს ნოკაუტია“ და „Веселые старты“-ს ანალოგს.

**„დუტას ზღაპრები“** - რუსთავი 2-ის და ჯეოსელის ერთობლივი საბავშვო პროექტი იყო, რომლის მიხედვითაც, პატარა მაყურებლებს აცნობდნენ მსოფლიოს ქვეყნების ხალხურ და ცნობილი ავტორების მიერ შექმნილ ზღაპრებს. გადაცემა გადიოდა ეთერში 2008 წელს.

„ანაბანა“ – ეს გადაცემა, სხვა გადაცემებისაგან განსხვავებით, სანახაობრივია ყველა ასაკის მაყურებლისათვის. პროექტი მიზნად ისახავს საინტერესო მუსიკალური ნიჭით გამორჩეული ბავშვების აღმოჩენას, რომლებსაც პროექტი გზას გაუკვალავს მომავალი კარიერის შესაქმნელად.

„რაო-რაო?“ – საბავშვო თოქშოუ, რომელიც ასახავს ბავშვების თვალთ დანახულ სამყაროს, თუ რა აოცებთ პატარებს, რა აინტერესებთ სამყაროსა და ცხოვრების შემეცნებისა და აღქმის პროცესში.

„ვისწავლოთ ხატვა“ – სპეციფიკური ხასიათის მქონე საბავშვო გადაცემა, სადაც გადაცემის წამყვანი, მხატვარი ზალიკო სულაკაური პატარა მაყურებელს არასტანდარტული, სახალისო და მარტივი მეთოდით ასწავლიდა ხატვას. გადაცემა ეთერში გადიოდა 2009-2010 წლებში.

„ჯეთიქს ქიდს თასი“ – ეს სპორტული გადაცემა უძღვებოდა საბავშვო საერთაშორისო საფეხბურთო ჩემპიონატს, რომელშიც საქართველო იღებდა მონაწილეობას 2003 წლიდან.

„ეკივოკი“ – ბავშვური ლოგიკით დაბნეული უფროსები რუსთავი 2-ის მხიარულ და აზარტულ შოუში სახალისო განმარტებათა გამოცნობას ეცდებიან. ბავშვები ცდილობენ ისეთი სიტყვების მნიშვნელობების ახსნას, როგორცაა: რომანტიკა, შიმშილი და ა.შ. – რასაც თავისუფლად ახერხებენ. საინტერესოა ისიც, თუ როგორ ცდილობენ ისინი უფროსების დახმარებას.

ბავშვები უფროსებს სიტყვის გამოცნობაში ეხმარებიან. ისინი საკუთარი გამოცდილების, ემოციის, მიმიკის და ყველა შესაძლო ხერხის გამოყენებით ცდილობენ მიახვედრონ გამოსაცნობი სიტყვა. ბავშვური ლოგიკითა და ფანტაზიით განმარტებული მარტივი სიტყვები ხშირად უფროსებისათვის საკმაოდ რთული ამოსაცნობია. გადაცემა მხიარული, დინამიკური და აზარტულია. თითოეული სწორად გამოცნობილი სიტყვა შესაბამისი ქულით ფასდება. თამაშის ბოლოს უმაღლესი ქულების მიხედვით ვლინდება ბავშვური ლოგიკის კვირის ექსპერტი.

„რუსთავი 2-ის საბავშვო თასი“ – სპორტული ხასიათის გადაცემაა, რომელიც ახდენდა საბავშვო საფეხბურთო ჩემპიონატის ტრანსლირებას, რომელშიც საქართველო 2002 წლიდან იღებდა მონაწილეობას. გადაცემა გადიოდა არხზე 2008 წელს.



„ყველაზე ჭკვიანი“. გადაცემა ითვალისწინებს 11 - 12 წლის ასაკის მოსწავლეების შეჯიბრს ინტელექტსა და სწრაფ აზროვნებაში, სადაც ბავშვებს ეძლევათ შესაძლებლობა – გამოავლინონ თავიანთი ცოდნა და ლოგიკა, გამოსცადონ მეხსიერება. გარდა შემეცნებითი მხარისა, გადაცემა აზარტულ ხასიათსაც ატარებს, სადაც, საბოლოოდ, ყველაფერს წყვეტს ქულათა ჯამი. ერთი სეზონის განმავლობაში გადის 10 გადაცემა, აქედან ბოლო - შემაჯამებელი ფინალია. ფინალამდე ნაჩვენებ ყოველ გადაცემაში პირველი და მეორე რაუნდის ქულების შეჯამების შედეგად ყველაზე დაბალქულიანი მოთამაშე კონკურსს ეთიშება. რაც უფრო მცირდება კონკურსანტთა რიცხვი, მით უფრო იზრდება მათ შორის კონკურენცია და მძაფრდება თამაში. მეათე ფინალურ გადაცემაში მონაწილეობს სამი კონკურსანტი. გამარჯვებული კი სეზონის „ყველაზე ჭკვიანი“ მოზარდის ტიტულს მოიპოვებს.

მნიშვნელოვნად განსხვავებული ვითარებაა საქართველოში მეორე, არანაკლებ გავლენიან ტელეარხ „იმედზე“. „იმედის“ ეთერში 2012 წელში გასული გადაცემების ნუსხა შემდეგნაირად გამოიყურება: ქრონიკა, 25-ე კადრი, მე მიყვარს საქართველო, კაცების შოუ, კულინარიული დუეტი, ხანუმა, რომ გადახვალ გააჩერე, ღვინის გზა, ნანუკა ჟორჟოლიანის შოუ, რემონტი, გოგონა გარეუბნიდან, მედER, დღის შოუ, ნუცას სკოლა, სპეციალური რეპორტაჟი, ჯანმრთელობა, მან-სან-კანი, ღამის შოუ, იმედის დილა, **ეტალონი**, **ბასტი-ბუბუ**, პოლიციის აკადემია, ცეკვავენ ვარსკვლავები, ქალური ლოგიკა, შუა ქალაქში, ავტობიოგრაფია, თბილისი LIVE, 100°C, იმედის გმირები (წყარო: [www.imedi.ge](http://www.imedi.ge)).

როგორც მოცემული ცხრილიდან ჩანს, ტელეკომპანია „იმედი“ ნამდვილად არ გამოირჩევა საბავშვო გადაცემების სიმრავლით. მათ შორის გვხვდება მხოლოდ „ეტალონი“ და „ბასტი-ბუბუ“.

სოციალურ-საგანმანათლებლო მედიაპროექტი **„ეტალონი“** - პირველი მსხვილმასშტაბიანი პროექტია, რომელიც მიზნად ისახავს ქვეყნის მოსწავლე ახალგაზრდობის მასობრივ დაინტერესებას სწავლა-განათლების თანამედროვე მეთოდების გამოყენებით (მათ შორის, მედიასაშუალებებით).

გადაცემა სრული ფორმატით პირველად 2005 წლის 25 სექტემბერს გავიდა ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერით.

„ეტალონის“ იდეის ავტორია მისი წამყვანი გოჩა ტყეშელაშვილი. ბავშვებთან ერთად „ეტალონს“ სიამოვნებით უყურებენ უფროსი ასაკის ტელემყურებლებიც.

„ეტალონი“ სრულიად საქართველოს კათოლიკოს პატრიარქის, ილია II-ის ლოცვა-კურთხევით მიმდინარეობს. ის ქართული პროექტია და მსოფლიოში მისი ანალოგი არ არსებობს.

2006 წლის 26-28 მაისს, ევროპის საბუნებისმეტყველო მეცნიერებათა აკადემიამ, ქალაქ ჰანოვერში (გერმანია) გამართულ ფართომასშტაბიან კონფერენციაზე, პროექტი „ეტალონი“ პედაგოგიკის სიახლედ აღიარა, დიპლომი და ოქროს მედალი მიანიჭა და სპეციალური ტერმინი - „მედიაპედაგოგიკა“ შეურჩია.

მედიაპროექტ „ეტალონს“ ბევრი მხარდამჭერი ჰყავს, რომლებიც ტელეგადაცემის საპატიო სტუმრები ხშირად ხდებიან. „ეტალონის“ სპეციალურ გადაცემებში მონაწილეობას იღებდნენ ელჩები, ცნობილი ექიმები, პოლიტიკოსები, მომღერლები, მსახიობები, პატიმრები, სხვადასხვა სოციალური სტატუსისა და პროფესიის წარმომადგენლები.

2008 წელს (23-29 ივნისს) ჩატარდა პირველი „საერთაშორისო ეტალონი“, რომელშიც მსოფლიოს 15 ქვეყნის წამყვანი უნივერსიტეტის სტუდენტებმა მიიღეს მონაწილეობა. პროექტში გამარჯვებულს დაენიშნა ერთწლიანი სტიპენდია - თვეში 1000 ევროს ოდენობით.

2009 წელს (ივნისი) ჩატარდა „რეგიონალური ეტალონი“, რომელშიც მონაწილეობა მიიღეს საუკეთესო მოსწავლეებმა აზერბაიჯანიდან და საქართველოდან.

ტელეკომპანია „იმედისა“ და სტუდია „ბასტი-ბუბუს“ ერთობლივ პროექტს წარმოადგენს შემეცნებით-გასართობი გადაცემა „თავდაყირა“. აქ, „ბაბილინას“ და „გოგიჩას“ დახმარებით, ბავშვები უმზადებენ საუზმეს მშობლებს, მშობლები და ბავშვები ერთად ვარჯიშობენ, ირჩევენ ვიდეოჩემპიონებს, ცნობილი მომღერლები საბავშვო სიმღერებს მღერიან, ბავშვები კი მათ ჰიტებს ასრულებენ.

საინტერესოა საქართველოში ერთადერთი საზოგადოებრივი მაუწყებლის გადაცემების (2012 წელი) განხილვა, რომელიც, საქართველოს კანონმდებლობის მიხედვით, უნდა ითვალისწინებდეს ნებისმიერი ასაკის მოსახლეობის ჯგუფების, მათ შორის, ბავშვების ინტერესებს: მოამბე, აუდიტორია, ცხოვრება მშვენიერია, ვახო სანაიას რეპორტაჟი, დიალოგი დავით პაიჭაძესთან, აქცენტები, გააგრძელებ

საქართველოს ისტორია, ქართული დოკუმენტალისტიკა, ქართული დოკუმენტალისტიკა "ოკუპაცია", სპიკერი, აღმოაჩინე საქართველო, სავაჭრო პოლიტიკა, ევროპული არჩევანი, სიბემოლი, უცნობი მუსიკა, საფეხბურთო მიმოხილვა, არენა, ავტობილოტი, საჩარი, ღამის საუბრები, წითელი ზონა, მედიამონიტორი, ევროვიზიის კონკურსი, პირველი ტელევიზია, დამზადებულია საქართველოში, ჩვენი ფერმა, ვაკაპედია, ეთნოგრაფიული ნარკვევები, ევროვიზიის კლასიკური მუსიკა - კონკურსი, სპორტული რეპორტაჟი, **პეპე და მეგობრები**, ჩვენი ეზო, **ბავშვობანა**, ჩვენი ექსპრესი, ჩვენი დილა, ერთი ისტორია, გურმანია, მედ-info, საბავშვო ევროვიზიის სიმღერის კონკურსი, ტელესერიალი „დეტექტივი“, ტელესერიალი "მიმინო და მტრედი", ტელესერიალი "ცისფერი ველოსიპედი", ვაშინგტონი დღეს, სამოთხის ვაშლები (წყარო: <http://1tv.ge>)

როგორც მოყვანილი ცხრილიდან ჩანს, საზოგადოებრივი მაუწყებელი ქმნის შემდეგი სახის საბავშვო გადაცემებს:

გადაცემა **„პეპე და მეგობრები“** ბავშვებს მრავალფეროვან საინტერესო თამაშებს სთავაზობს, რომლის დროსაც ბავშვები მათთვის საინტერესო ინფორმაციას იღებენ, სწავლობენ ხელმარჯვეობას, უვითარდებათ მეხსიერება. გადაცემა გაფორმებულია მულტფილმებითა და მუსიკალური ნომრებით. გადაცემას მოგვიანებით დაემატა ახალი რუბრიკა – „მიპასუხე სწრაფად“. წამყვანები და შეჯიბრში მონაწილე თოჯინები - „მიუ“, „ფუშიკო“, „ბობო“ და „სოლიკო“ მაყურებელს სასაცილო, მხიარულ სანახაობას სთავაზობენ.

გადაცემა **„ბავშვობანა“**. გადაცემის წამყვანი - ანანო გარუჩავა სტუდიაში სხვადასხვა თემაზე დისკუსიას ბავშვებთან ერთად მართავს. სადისკუსიო თემებს თავად ბავშვები ირჩევენ, ისინი საუბრობენ ყველაფერზე, რაც უყვართ, რაზეც ფიქრობენ, რაზეც ოცნებობენ. გადაცემაში დიდებიც მონაწილეობენ. „ბავშვობანა“ სტუმრად მათ ბავშვობაში მიდის. გადაცემის ბოლოს წამყვანი ანანო ბავშვებს „საშინაო დავალებას“ აძლევს, მას კი, ვინც დავალებას კარგად შეასრულებს, სტუდიაში იწვევს. ბავშვებს საშინაო დავალების შესასრულებლად ერთი კვირა ეძლევათ. სტუდიაში ბავშვები ტელეარხის ვებგვერდის, facebook-ისა და Skype-ს საშუალებით უკავშირდებიან.

საზოგადოებრივი არხის კიდევ ერთ შემეცნებით-გასართობ გადაცემას წარმოადგენს „ვაკაპედია“, რომელიც ერთნაირად საინტერესოა როგორც მოზარდი ასევე ზრდასრული მაყურებლისათვის. გადაცემა „ვაკაპედია“ ლაკონურად, მაგრამ ძალიან საინტერესოდ მოუთხრობს მაყურებელს იმ ნივთების წარმოშობის შესახებ, რომლებსაც ყოველდღიურად ვიყენებთ, რომლებიც ჩვენი ცხოვრების განუყოფელ ნაწილად იქცნენ, და რომელთა შესახებ ბევრმა არაფერი იცის.

საზოგადოებრივი არხის კიდევ ერთ პროექტს წარმოადგენს გადაცემა „ჩვენი ექსპრესი“. იგი ინტერნეტის საშუალებით შესაძლებელია იხილოთ ვებგვერდზე [www.teentv.ge/about](http://www.teentv.ge/about), რომელიც ახალგაზრდულ ტელევიზიას (teentv) წარმოადგენს. გადაცემა ხელს უწყობს საქართველოში თავისუფალი, მრავალფეროვანი სამოქალაქო საზოგადოების შექმნას, სადაც ყოველ ინდივიდს ექნება თვითგამოხატვის საშუალება. მისი მიზანია, ახალგაზრდებში (და არა მხოლოდ) მოახდინოს დამოუკიდებლობისა და მოქალაქეობრივი პასუხისმგებლობის იდეის პოპულარიზაცია.

როგორც ზემოთ მოყვანილი სამი ტელეკომპანიის გადაცემების ანალიზიდან ჩანს, მათი საეთერო დროის მხოლოდ მცირე ნაწილი ეთმობა საბავშვო გადაცემებს. თუკი ბავშვი ტელევიზიის აქტიური მომხმარებელია, მას მხოლოდ მცირე დროით ეძლევა საშუალება ნახოს საბავშვო გადაცემები, სამაგიეროდ, ბავშვები ნახულობენ მრავალრიცხოვან სერიალებს, საინფორმაციო გამოშვებებს და ფილმებს, რომლებიც გათვლილია სრულწლოვნებზე და რომლებსაც არანაირი საგანმანათლებლო დატვირთვა არ გააჩნიათ. ამ არგუმენტის დასადასტურებლად წარმოვადგენთ სამივე ტელეკომპანიის („საზოგადოებრივი მაუწყებელი“, „იმედი“, „რუსთავი 2“) ერთი დღის საეთერო ბადეს.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის ერთი დღის (23.08.12) ტელეპროგრამა:	
07.00	მოამბე - აფხაზურ, ოსურ, სომხურ, აზერბაიჯანულ ენებზე
08.00	დოკუმენტური ფილმი: „მილიონერები“
09.00	მოამბე
09.10	ანიმაციური ფილმი: „ესტებანი“
10.00	მოამბე
10.30	მხ.ფილმი: „კუნძულეთი“
12.00	მოამბე
12.45	მხ.ფილმი: „დიდი ღამე“
14.30	აღმოაჩინე საქართველო

15.00	ტელესერიალი „დეტექტივი“
16.00	მოამბე
17.00	დოკუმენტური ფილმი: „სიცოცხლე ადამიანის შემდეგ“
18.00	პეპე და მეგობრები
19.00	მოამბე
19.05	ტელესერიალი „მიმინო და მტრედი“
20.00	მოამბე
21.00	ტელესერიალი „დეტექტივი“
22.00	დიალოგი დავით ჰაიჭაძესთან
23.00	ქართული დოკუმენტალისტიკა
00.00	სი ბემოლი
01.00	მხ.ფილმი: „მაგარი ბიჭები არ ცეკვავენ“
02.50	საფარი
03.20	მოამბე
03.40	მხ.ფილმი: „ახალი სეზონი“
05.20	მხ.ფილმი: „გრძნობით შეპყრობილნი“

ტელეკომპანია „იმედის“ ერთი დღის (22.08.2012) ტელეპროგრამა	
08.00	ანიმ.ფილმი: „პიტერ პენი და მეკობრეები“, მე-6 სერია
08.25	ანიმ. ფილმი: „პუმპა და ტიმონი“, მე-6 სერია
09.00	ქრონიკა
09.10	სერიალი: ‘გმირები-3’, მე-18 სერია
10.00	სერიალი: „იღბლიანი მოახლე“, მე-12 სერია
11.00	ქრონიკა
11.30	სერიალი: „უკვდავი ამბავი“, 87-ე სერია
12.30	ქალები თუ კაცები
14.00	ქრონიკა
14.40	სიმართლის დრო
15.40	სერიალი: „მოჯადოებული“, მე-13 სერია
17.00	ქრონიკა
17.40	სერიალი: „მეწამული ცა“, 104-ე სერია
18.40	სერიალი: „შურისძიების სახელით“, 135-ე სერია
19.00	ქრონიკა
19.05	სერიალი: „შურისძიების სახელით“, 135-ე სერია ( გაგრძელება)
20.00	ქრონიკა
21.00	სერიალი „მემკვიდრეები“, 113-ე სერია
22.00	ქართ.სერიალი: „შუა ქალაქში“
23.00	ქართ.სერიალი: „გოგონა გარეუბნიდან“, 65-ე სერია
00.00	გადაცემა - ხანუმა
01.00	გადაცემა - რემონტი
01.35	გადაცემა - ქრონიკა
02.00	მხ.ფილმი: „სამუშაო“ (თრილერი 1.33 დ.ჰანა) 15 ( სუბტიტრით)
03.35	მხ.ფილმი: „შურისძიება“ (მელოდრამა 1.59)

05.00	ქრონიკა
05.15	მხ.ფილმი: „შურისძიება“ (მელოდრამა 1.59)
05.50	მუსიკა
07.00	ქრონიკა
07.15	სერიალი: „მოპარული ბედნიერება“, 236-ე სერია

ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის ერთი დღის (22.08.2012) ტელეპროგრამა	
07.30	MTV CRIBS
08.00	MTV ROOM RAIDERS
08.30	MTV MY SUPER SWEET
09.00	MTV MADE
09.30	MTV MY SUPER SWEET
10.00	სერიალი „ქალის მსხვერპლი“
11.00	სერიალი „ექვი და სიყვარული“
12.00	კურიერი
12.30	მხ. ფილმი
14.00	ტელეშოუ „შერეკილები“
15.00	კურიერი
15.30	სერიალი „თანამედროვე ოჯახი“
17.00	მხ. სერიალი „ტერეზა“
18.00	კურიერი
18.45	სერიალი „მგზნებარე გული“
19.50	სერიალი „ველური ყვავილი“
20.00	კურიერი
20.05	სერიალი „ველური ყვავილი“
21.00	კურიერი
22.00	ქართ. სერიალი „ჩემი ცოლის დაქალები“
22.40	უფვას ჩემპიონთა ლიგა
00.40	MTV PUNK'D
01.00	MTV Boyling Points
01.30	უფვას ჩემპიონთა ლიგის მიმოხილვა
02.00	MTV True Life
02.30	მხ. ფილმი
04.20	მუსიკა
04.50	კურიერის დაიჯესტი

როგორც ტელეკომპანია „იმედის“ ტელეპროგრამიდან ჩანს, გადაცემათა უმრავლესობას შეადგენს ლათინოამერიკული სერიალები, რომელთა შესახებ ზემოთ უკვე ვისაუბრეთ. სამაგიეროდ, ერთი დღის ტელეანონსმა გვიჩვენა, რომ ამ დღეს, კერძოდ კი 2012 წლის 22 აგვისტოს (ოთხშაბათი), საბავშვო გადაცემა „იმედის“

ტელეეთერში საერთოდ ვერ მოხვდა, ხოლო ორი ანიმაციური ფილმი, რომელიც გათვალისწინებულია მოზარდი მაყურებლისთვის, რატომღაც ტელეანონსის სათავეში მოქცეულა, მაშინ, როდესაც ბავშვებს ან ჯერ კიდევ სძინავთ, ან ეს-ესაა იღვიძებენ. გადაცემათა ამგვარი განლაგება ტელეეთერის შევსებას უფრო ჰგავს, ვიდრე ბავშვების ინტერესების გათვალისწინებას.

როგორც წარმოდგენილი ცხრილიდან ჩანს, კვლევის დღეს (ოთხშაბათი) „რუსთავი 2“-ის ეთერშიც არც ერთი საბავშვო გადაცემა არ მოხვდა.

საზოგადოებრივი არხი ასევე განიცდის საბავშვო გადაცემათა ნაკლებობას, თუმცა მის სატელევიზიო ეთერში არსებული ერთ-ერთი გადაცემა – „პეპე და მეგობრები“ – გათვალისწინებულია პრაიმტიმის შუალედში, ანუ 18.00-ზე.

კვლევის შედეგებმა წამოჭრა ახალი პრობლემა – როგორი მედიასივრცე იქმნება ოჯახში. აღნიშნული პრობლემის კვლევას შემდეგ პარაგრაფში წარმოგიდგენთ.

საბავშვო გადაცემისადმი დამოკიდებულების შესწავლა შემდეგ სურათს გვაძლევს: ერთი მხრივ, ტელეკომპანიები გვთავაზობენ საბავშვო გადაცემებს, ხშირად – საინტერესოს, მაგრამ არა მრავალფეროვანს და არასასურველ დროს; მეორე მხრივ, ტელევიზიას ბავშვების ცხოვრებაში დიდი ადგილი უჭირავს, ანუ ისინი უყურებენ საბავშვო გადაცემებსაც და ყველა დანარჩენს.

ამრიგად, არჩევანის სრული თავისუფლება აქვთ ბავშვებს კომპიუტერთა და ინტერნეტით სარგებლობის შემთხვევაში. მათ ხელი მიუწვდებათ ყველანაირი შინაარსის და ფორმის ინფორმაციაზე.

გასათვალისწინებელია რეკომენდაცია: ყურადღების გამახვილება ბავშვებისათვის ტელეპროგრამების სწორად შერჩევაზე, საგანმანათლებლო პროგრამების რაოდენობისა და ხარისხის გაუმჯობესებაზე, ბავშვთა აუდიტორიის ინტერესების შეფასებასა და დაცვაზე.

### § 3. მედიასივრცე ოჯახში

თანამედროვე ეპოქაში ცხოვრების სწრაფი რიტმის, გაუთავებელი პრობლემების, ქვეყანაში არსებული სოციალურ-ეკონომიკური ფონის გამო, მშობლები სულ უფრო ნაკლებ დროს უთმობენ ბავშვთან ურთიერთობას, მისი შინაგანი სამყაროს გამდიდრებას, მის ნამდვილ პიროვნებად ჩამოყალიბებას. ზნეობრივი აღზრდის საკითხები, სამწუხაროდ, მეორეხარისხოვნად იქცა, ხოლო პრიორიტეტულ საკითხებად მშობელთათვის დარჩა პრაქტიკული, საყოფაცხოვრებო (ბავშვის კვება, ჯანმრთელობა, შემოსვა და ა. შ.) პრობლემების მოგვარება. სწორედ ამ და სხვა მრავალი გარემოების გამო, „მოუცლელი“ მშობელი, ბავშვის გართობის მიზნით, დახმარებისთვის ხშირად მიმართავს მასობრივ მედიასაშუალებებს, რომლებიც ასეთ შემთხვევაში „ძიძის“ როლს ასრულებენ. რა შედეგი მოჰყვება ამგვარ „აღზრდას“ – ეჭვს არ ბადებს. ხშირ შემთხვევაში, მასობრივი მედიასაშუალებების სტიქიური, გაუთვითცნობიერებელი გამოყენების შედეგს წარმოადგენს ზნეობრივად დეგრადირებული/დაცემული, სულიერად არაჯანსაღი და მცდარი მსოფლმხედველობის მქონე ადამიანი.

მნიშვნელოვანია განვსაზღვროთ, თუ როგორია მედიასივრცე XXI საუკუნის ოჯახში, რადგან, ხშირ შემთხვევაში, სწორედ იმით, თუ როგორი დამოკიდებულება აქვს ოჯახს მასობრივი ინფორმაციისა და მისი საშუალებების მიმართ, თუ როგორ აღიქვამს, ანალიზებს, აფასებს, საზღვრავს და შეიმეცნებს მიღებულ ინფორმაციას თავად მშობელი, – განისაზღვრება მომავალში მოზარდი თაობის დამოკიდებულება და გემოვნება მასობრივად გავრცელებული ინფორმაციის მიმართ.

ინტერნეტრესურსების ანალიზის საფუძველზე (Ливингстон 1999), განვიხილოთ „მედიასივრცე ოჯახში“ რამდენიმე ქვეყნის (დიდი ბრიტანეთი, გერმანია, ესპანეთი, საფრანგეთი, და ა.შ.) მაგალითზე. 50-იანი წლების საშუალო ბრიტანული ოჯახი თავის საკუთრებაში ფლობდა ერთ ტელევიზორს, რომელიც, ჩვეულებრივ, იდგმებოდა მისაღებ ოთახში, სადაც მთელი ოჯახი ერთად შეკრებილი უყურებდა საყვარელ გადაცემას. სხვა არხების გავრცელებამ გამოიწვია წინასწარ შეთანხმება ოჯახის ყველა წევრს შორის, თუ რას და როდის უყურონ. მსგავსი მოლაპარაკებები ხორციელდებოდა გენდერული და ასაკობრივი განსხვავებების გათვალისწინებით.



90-იანი წლების ოჯახებში კი, განსაკუთრებით იქ, სადაც ჰყავთ შვილები, გამოვლინდა რამდენიმე ტელევიზორის, ვიდეომანტოფონების, კომპიუტერების, მუსიკალური ცენტრების, სათამაშო ფლეიერებისა და ტელეფონების არსებობა. ამავე კვლევების თანახმად, რომელიც ჩატარდა სონია ლივინგსტონის (1999 წ.- ლონდონის ეკონომიკისა და პოლიტიკური მეცნიერებების, სოციალური ფსიქოლოგიის კათედრის უფროსი მასწავლებელი) ხელმძღვანელობით, 10-დან 4 მოზარდი ცხოვრობს სახლში, სადაც აქვთ ოთხი და მეტი ტელევიზორი.

1300 ბავშვსა და მოზარდთან (ასაკი განისაზღვრა 6-17 წლამდე) ჩატარებული კვლევების შედეგად, გამოვლინდა შემდეგი მონაცემები:

- ✓ პრაქტიკულად, თითოეული ოჯახი, სადაც ჰყავთ 6-17 წლამდე ასაკის შვილი, ფლობს ტელევიზორს და მაგნიტოფონს; ამ ოჯახების ნახევარი კი სარგებლობს საკაბელო და სატელიტური მაუწყებლობით;

- ✓ ბავშვების 63%-ს თავის ოთახში უდევს ტელევიზორი და წიგნების თარო წიგნებითურთ, რომლებსაც არავითარი კავშირი არა აქვთ განათლებასთან. 34%-ს აღმოაჩნდა სათამაშო პლეიერები, 21%-ს – ვიდეომანტოფონები;

- ✓ გამოკითხულ ბავშვთა 12%-ს საკუთარ ოთახში უდევს კომპიუტერი, ხოლო 53%-ის შემთხვევაში კომპიუტერი მთელი ოჯახის მფლობელობაშია.

ბავშვების ცხოვრებაში „გამოსახულებითი“ სახეობის მედიის (screen-based media) გამოჩენასთან ერთად განვითარდა და გავრცელდა „გამოსახულებითი ხასიათის მქონე გართობის სახეობა“ (screen entertainment). ამას ადასტურებს გამოსახულებითი მედიასაშუალებებისადმი მზარდი მოთხოვნილება და უპირატესობის მინიჭება გამოსახულებითი მედიარესურსებისადმი, ბეჭდურ მედიასაშუალებებთან შედარებით. ასე მაგალითად, იმ ბავშვებში, რომლებიც დიდ დროს ატარებენ ტელევიზორთან, უფრო ხშირად შეიმჩნევა მიდრეკილება კომპიუტერული თამაშებითა და ვიდეომანტოფონებით გართობისაკენ, ვიდრე იმ ბავშვებში, რომლებიც უპირატესობას ბეჭდურ მედიასაშუალებებებს ანიჭებენ.

ამგვარად, კვლევების შედეგად დადგინდა, რომ ბრიტანელი ბავშვებისა და მოზარდების უმრავლესობას მფლობელობაში აქვთ საკუთარი ვიდეოგასართობი მედიარესურსები, რომლებთან ურთიერთობაზეც გაცილებით უფრო მეტ დროს ხარჯავენ, ვიდრე მათი თანატოლები სხვა ევროპულ ქვეყნებში.

დიდ ბრიტანეთში 7-16 წლის ასაკის ბავშვების 50%-ს საძინებელ ოთახში უდევთ ტელევიზორი, მაშინ, როდესაც იგივე ასაკის ბავშვების რაოდენობა, რომლებიც სარგებლობენ ტელევიზორით საკუთარ ოთახებში, დანიაში შეადგენს 32%, შვედეთში – 25%, ესპანეთში – 21%, გერმანიაში – 17%, საფრანგეთში – 16%. მსგავსი ვითარებაა ვიდეომაგნიტოფონებისა და სათამაშო ფლეიერების ფლობასთან მიმართებაში.

განსხვავებული მდგომარეობაა ბექდური მედიარესურსების შემთხვევაში. ბრიტანელი ბავშვების 68%-ს ოთახში განთავსებული აქვთ წიგნების თაროები, მაშინ, როდესაც დანიაში მათი რიცხვი აღწევს 83%, გერმანიაში – 85%, ესპანეთში – 89%, საფრანგეთში – 93%, შვედეთში – 94%.

სონია ლივინგსტონის მიერ ჩატარებული კვლევებით დადგინდა აგრეთვე, რომ საშუალოდ, ინგლისელი მოზარდი (ასაკი განისაზღვრა 6-17 წლამდე) ეკრანთან ატარებს დღეში 2-საათნახევარს, რაც ნახევარი საათით აღემატება შვედეთისა და ესპანეთის მაჩვენებლებს, ხოლო ერთი საათით – გერმანიისა და საფრანგეთის მაჩვენებლებს.

ამგვარად, მოცემულმა კვლევებმა ცხადყო, რომ საშუალო ასაკის ბრიტანელი ბავშვები არ არიან პერსონალური კომპიუტერების მომხმარებელთა შორის მოწინავეები, თუმცა, ლიდერობენ საშუალო ასაკის ტელემაყურებელთა სახით. სხვა ევროპელი ბავშვებისაგან განსხვავებით, ბრიტანელი ბავშვებისა და მოზარდების მიერ კომპიუტერული საშუალებების (პერსონალური და მულტიმედიური კომპიუტერები, ინტერნეტი) მოხმარება საკმაოდ მწირი იყო (Ливингстон 1999).

ბრიტანელი ბავშვების მიერ სატელევიზიო გამოსახულებითი მედიისთვის უპირატესობის მინიჭება აიხსნება დიდ ბრიტანეთში დამკვიდრებული საზოგადოებრივი ტელერადიომაუწყებლობის დიდი ტრადიციით, რომელიც ერთნაირად მნიშვნელოვანია ბავშვებისა და ოჯახებისათვის, და რაც განაპირობებს ბრიტანეთის „გამოსახულებითი ხასიათის მქონე გართობას“.

საქართველოში ადრეული კვლევები ამ კუთხით არ აღინიშნება. ბოლო ორი წლის მანძილზე ჩვენი დაკვირვების შედეგებით გამოვლინდა, რომ ბოლო წლების განმავლობაში მკვეთრად გაიზარდა მოთხოვნილება კომპიუტერის, ინტერნეტის, ზოგადად, სოციალური ქსელების მიმართ.

იშვიათი გამონაკლისის გარდა, საქართველოში მცხოვრებთა უმრავლესობის ყოველი დღე იწყება ტელევიზორის ჩართვით, საყვარელ არხზე გადართვით, ან (იშვიათ შემთხვევაში) გაზეთის კითხვით, ამის შემდეგ კი ინფორმაციის მიღება გრძელდება სამსახურში. შესვენებებზე, როგორც „წესი“, ხდება მიღებული ინფორმაციის, ნანახი ფილმის, ახალ ამბებში გასული სიუჟეტის, მოსმენილი ინფორმაციის თანამშრომლებს შორის გაცვლა და გაზიარება. სახლში დაბრუნების შემდეგ, დარჩენილი საღამო ისევ ტელევიზორს, ან კომპიუტერს ეთმობა. ეს ეხება მათ, ვინც მუშაობს. ხოლო ვინც უმუშევარია, მათი უმრავლესობა ტელევიზორის და კომპიუტერის უფრო აქტიური მომხმარებელია (რა თქმა უნდა, ვისაც ხელი მიუწვდება).

ჩავატარეთ კვლევა.

**კვლევის მიზანი:** ოჯახში შექმნილი მედიასივრცის დადგენა.

**კვლევის მონაწილეები:** ბათუმში, თბილისში, ზუგდიდში, ქობულეთში და ხელვაჩაურში მცხოვრები 130 ოჯახი (ოჯახის ერთი წარმომადგენელი).

**კვლევის მეთოდი:** ანკეტირება, მონაცემთა ანალიზი.

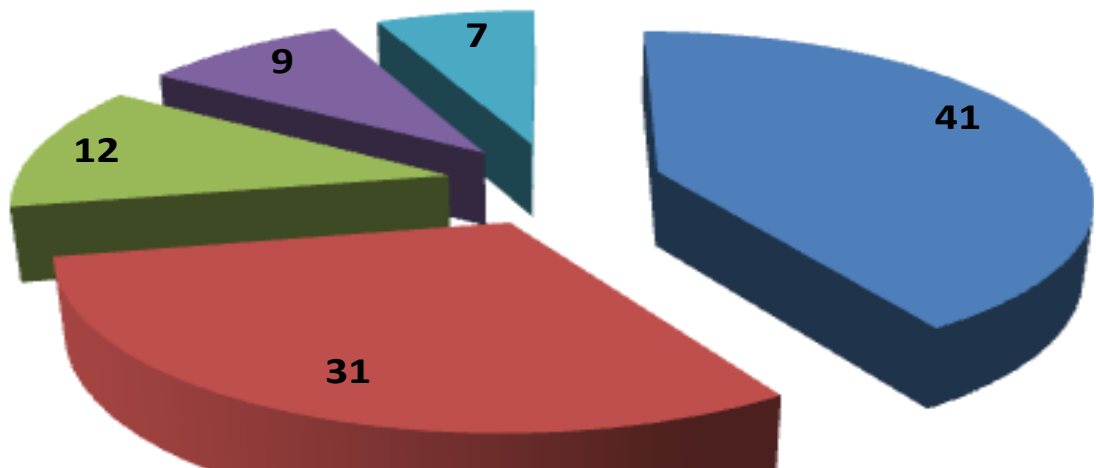
**კვლევის ჩატარების დრო:** 2012 წლის თებერვალი-მარტი.

**კვლევის პროცედურა:** წინასწარ შემუშავებული კითხვარი გაეცნო სოციოლოგებს, ფსიქოლოგებს. მათი შენიშვნებისა და წინადადებების საფუძველზე, შედგა კითხვარის საბოლოო ვარიანტი.

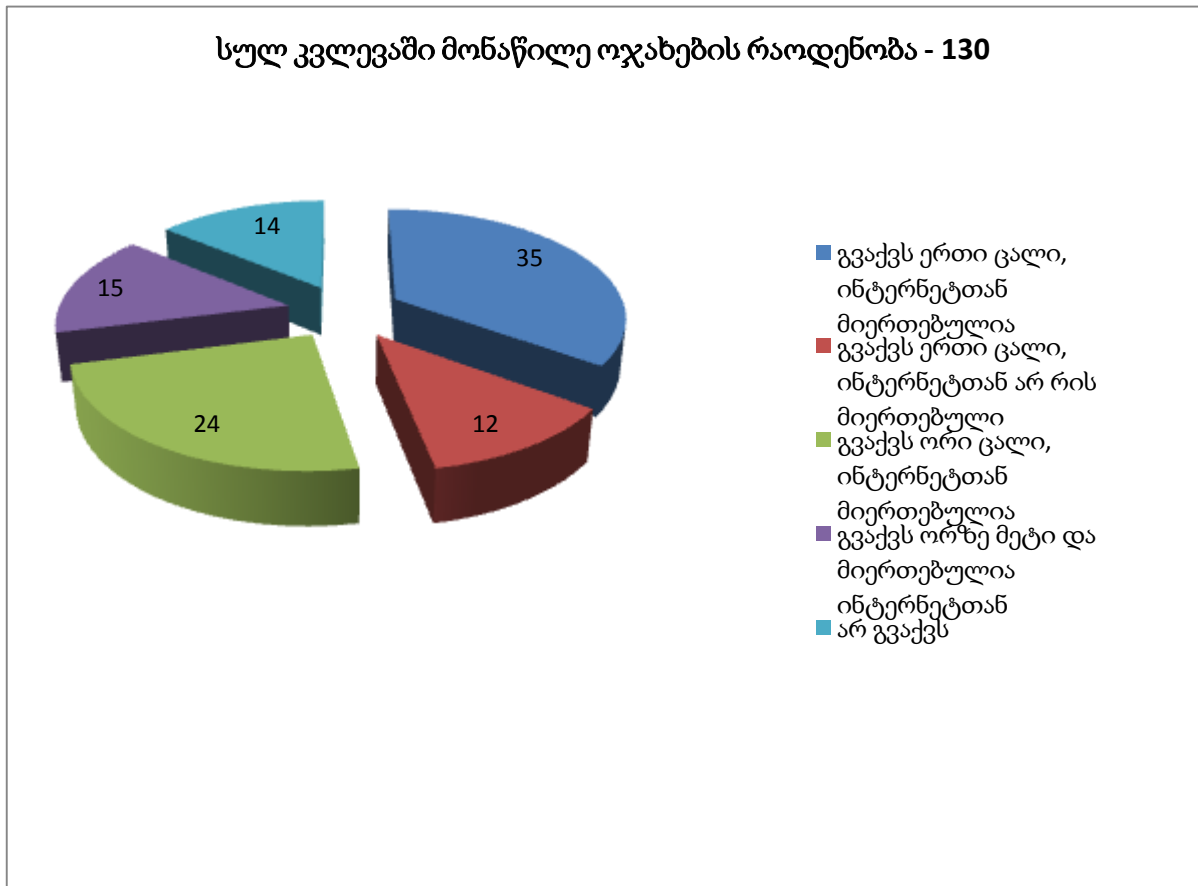
კვლევის შედეგები დამუშავდა სპეციალური კომპიუტერული პროგრამით:

**დიაგრამა №1 - გაქვთ თუ არა ოჯახში ტელევიზორი და რამდენი?**

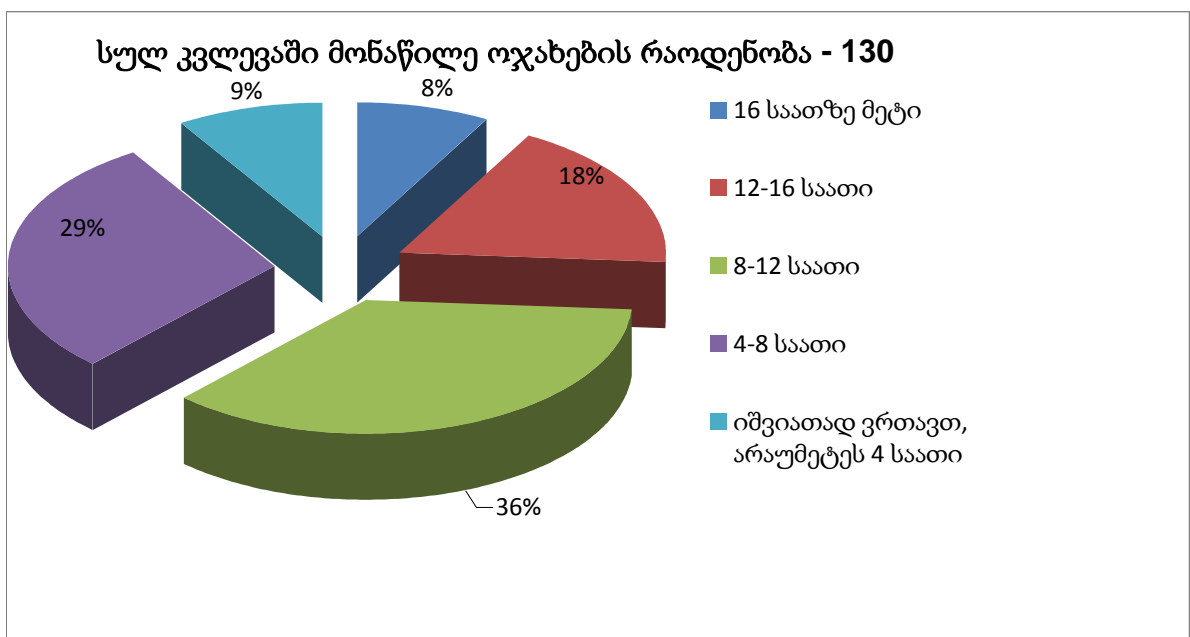
**სულ კვლევაში მონაწილე ოჯახების რაოდ**



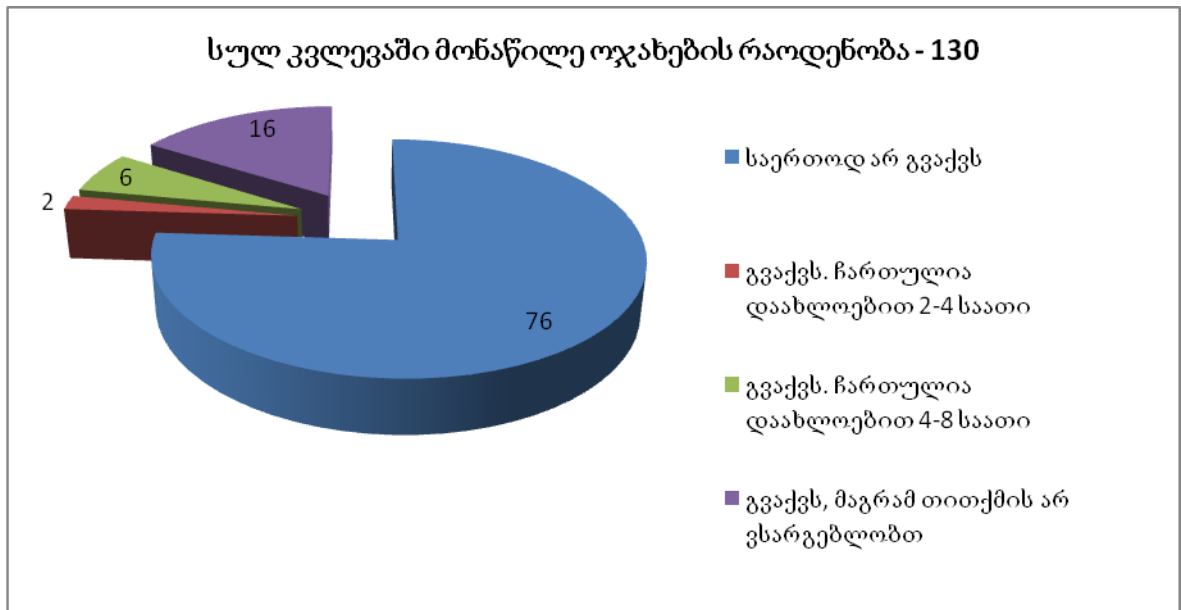
დიაგრამა №2 - გაქვთ თუ არა ოჯახში კომპიუტერი და სარგებლობთ თუ არა ინტერნეტმომსახურებით?



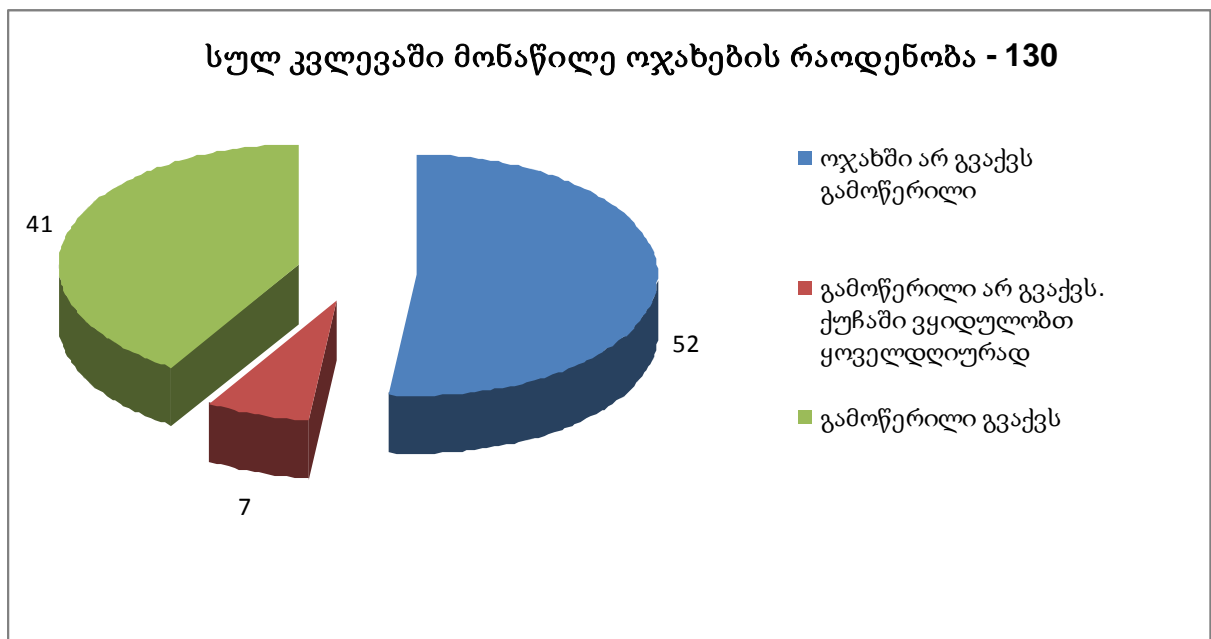
დიაგრამა №3 - თქვენს ოჯახში ტელევიზორი დღეში საშუალოდ რამდენი საათის განმავლობაში არის ჩართული?



დიაგრამა №4 - გაქვთ თუ არა ოჯახში რადიო და საშუალოდ დღეში რამდენი საათის განმავლობაში არის ჩართული?



დიაგრამა №5 - იწერთ თუ არა პერიოდულ პრესას?



როგორც კვლევის შედეგებიდან ჩანს, საშუალოდ, ოჯახების 97%-ს აქვს ტელევიზორი. მათ შორის, ოჯახების 31%-ს აქვს ორი, ხოლო 12%-ს – სამზე მეტი ტელევიზორი, რაც იმას ნიშნავს, რომ საქართველოში ტელევიზიისადმი ხელმისაწვდომობის ხარისხი ძალიან მაღალია (ცალკე კვლევის და შეფასების საგანია სხვადასხვა სალექციზიო არხის ხელმისაწვდომობა). აქვე იმასაც თუ

გავითვალისწინებთ, რომ საქართველოში მცხოვრები ოჯახების 64%-ზე მეტს ტელევიზორი დღეში 8 საათზე მეტი ხნით აქვს ჩართული, შეიძლება დავასკვნათ, რომ საქართველოს მოსახლეობა უნდა ჩაითვალოს აქტიურ ტელემყურებლად.

კვლევით გამოვლინდა, რომ საქართველოში ოჯახებში რადიოს ძალიან ცოტა უსმენს. კვლევაში მონაწილე ოჯახებიდან, მხოლოდ 8% აცხადებს, რომ ოჯახში აქტიურად უსმენენ რადიოს. სამაგიეროდ, რადიოს აქტიური მომხმარებლები ჰყავს მანქანაში (ტაქსი, კერძო ავტომობილი და ა. შ.).

კვლევის საინტერესო შედეგია ისიც, რომ, როგორც გაირკვა, საშუალოდ, საქართველოში მცხოვრები ოჯახებიდან 86%-ს სახლში აქვს კომპიუტერი, რომელთაგან 83% სარგებლობს ინტერნეტის მომსახურებით. კვლევაში მონაწილე ოჯახების 39%-ს გააჩნია ინტერნეტთან მიერთებული ორი ან ორზე მეტი კომპიუტერი. აღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოში ე. წ. „ინტერნეტმედიის“ როლი ბოლო წლებში მნიშვნელოვნად არის გაზრდილი და სავარაუდოდ, ზრდის ტემპი კიდევ შენარჩუნდება.

კვლევის მიხედვით, გამოკითხული ოჯახების მხოლოდ 41%-ს აქვს გამოწერილი პრესა, რაც, სავარაუდოდ, იმით აიხსნება, რომ ინტერნეტის მომხმარებლებს საშუალება აქვთ ბეჭდურ მედიაში დაბეჭდილ ინფორმაციას უფასოდ გაეცნონ ინტერნეტში გამომცემლობების ვებგვერდების, ან საინფორმაციო სააგენტოების მეშვეობით. ბუნებრივია, 41% არ არის დაბალი მაჩვენებელი, მით უფრო, რომ ბეჭდვით მედიასაშუალებას აქვს ერთი სპეციფიკური თვისება, განსხვავებული ტელევიზიისგან – გაზეთში არსებული ინფორმაცია ოჯახში რამდენიმე დღე, კვირა, ან, შესაძლოა, წლების განმავლობაშიც კი ინახებოდეს, შესაბამისად, სავარაუდოა დაშვება იმისა, რომ ოჯახში არსებული გაზეთი გარკვეულ პერიოდში აუცილებლად მოხვდება ბავშვის ხელში. შესაბამისად, აუცილებელია, ელექტრონული მედიის მსგავსად, ბეჭდვით მედიასაშუალებებში განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს პუბლიკაციების, სტატიების და სხვა მასალების ბავშვებზე ზეგავლენას და პრესაში საგანმანათლებლო ხასიათის მასალების მოძიებას.

ჩვენ არა ერთხელ აღვნიშნეთ, რომ XXI საუკუნეში, ტექნოლოგიების სწრაფ განვითარებასთან ერთად, ხდება ინფორმაციის სწრაფი გავრცელება და აუდიტორიისათვის მიწოდება. მაგრამ, სამწუხაროდ, ზემოთ აღნიშნული ფაქტი

სრულიად არ გულისხმობს საზოგადოებაში მედიაწიგნიერების განვითარების მაღალ დონეს. ამ მხრივ, გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ დასავლურ ქვეყნებში მედიაგანათლება იქცა სკოლებისა და უმაღლესი სასწავლებლების ერთ-ერთ პრიორიტეტულ დისციპლინად.

საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქი, უწმინდესი და უნეტარესი ილია II თავის ქადაგებებში (2003, 2011) არაერთგზის აღნიშნავს მედიაგანათლებისადმი ყურადღების მიპყრობის აუცილებლობას, რათა მედია გამოყენებული იქნას ზნეობრივი აღზრდისათვის და ბავშვი იყოს დაცული უარყოფითი ზეგავლენისაგან.

მედიაგანათლების აუცილებლობის საკითხი დგას მასწავლებელთა მომზადების პროგრამებში ჩართვისათვის. ამ მიმართებით მედიაგანათლება ისწავლება ტბელ აბუსერისძის უნივერსიტეტში.

მედიასივრცე ოჯახში, ხშირ შემთხვევაში, დამოკიდებულია თვით ოჯახზე, მის მდგომარეობაზე, სოციალურ სტატუსზე, მშობლების პროფესიაზე და ა. შ. ასე მაგალითად, საზოგადო საქმიანობაში ჩართული ადამიანები, ხშირ შემთხვევაში, უპირატესობას ანიჭებენ პოლიტიკურ თოქშოუებს, დებატებს, სხვა სახის ანალიტიკურ გადაცემებს. სამედიცინო სფეროში მოღვაწენი – გადაცემებს მედიცინის შესახებ, დიასახლისები – სერიალებს, გადაცემებს კულინარიის შესახებ და ა. შ.

რაც შეეხება მოზარდებს, ხშირ შემთხვევაში, მათ მიერ სატელევიზიო გადაცემების, კომპიუტერული თამაშების არჩევანი ატარებს სპონტანურ ხასიათს. მათი ინტერესის დამაკმაყოფილებელ გადაცემებს წარმოადგენს მუსიკალური, სპორტული და გასართობი გადაცემები: ტელეშოუები, მუსიკალური კონკურსები, რეალითი შოუები, გადაცემები შოუბიზნესზე, მოდაზე და ა. შ. ხოლო 6-10 წლის ასაკის ბავშვები, საბავშვო გადაცემების არჩევანის არარსებობის გამო, იძულებულნი არიან უყურონ ანიმაციურ ფილმებს, რომლებიც, ხშირ შემთხვევაში, ძალადობისა და სისასტიკის ამსახველი სიუჟეტების მატარებელია („ტრანსფორმერები“, „ადამიანი ობობა“, „სუპერმენი“ და ა. შ.)

სწორედ ამიტომ არის აუცილებელი მედიაწიგნიერების უნარების განვითარება არა მარტო ზრდასრულ მაყურებლებში, არამედ ბავშვებშიც, განსაკუთრებით კი – უმცროსი სასკოლო ასაკის ბავშვებში, რადგან სწორედ ეს ასაკი წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს პერიოდს ბავშვის ინტელექტუალური, ფიზიკური და ფსიქო-

ემოციონალური განვითარების პროცესში. მით უფრო, რომ თანამედროვე სკოლამდელი ასაკის ბავშვს უკვე გააჩნია გარკვეული აუდიოვიზუალური გამოცდილება, რომელსაც ის იძენს ტელევიზორთან, კომპიუტერთან ურთიერთობისას. დაწყებითი სკოლის მოსწავლეებს სწავლის პროცესში უხდებათ ინფორმაციის მიღება სხვადასხვა ალტერნატიული წყაროდან: ესაა სკოლა, ტელევიზია, ინტერნეტი. ამ პროცესში ბავშვებს უძნელდებათ ინფორმაციის დახარისხება, მასში ღირებულის და ნეგატიურის გარჩევა, საჭირო ინფორმაციის სწორად აღქმა და გაანალიზება.

„მედიაწიგნიერების უნარების განვითარება ისეთივე აუცილებელი რამაა 6-10 წლის ასაკის ბავშვებში, როგორც წერის, კითხვის და მათემატიკური უნარების განვითარება. ამ დროს მშობელი იქცევა მედიის სამყაროში პირველ მეგზურად, სწორედ მას შეუძლია დაეხმაროს პატარას – გააკეთოს სწორი არჩევანი, სრულყოფილად აღიქვას მედიაინფორმაცია, გამოიყენოს მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებების განმავითარებელი და საგანმანათლებლო პოტენციალი“ (Челышева, 2008:4).

იმის დასადაგენად, თუ ძირითადად რას უყურებენ ან კითხულობენ ბავშვები, ჩავატარეთ კვლევა.

**კვლევის მიზანი:** საქართველოში 10-17 წლის ბავშვებსა და მოზარდებში პოპულარული ტელეპროდუქციის (გადაცემა, ფილმი, სიუჟეტი და ა. შ.) გამოვლენა.

**კვლევის მონაწილეები:** ქ. ბათუმის, ქობულეთის, ხელვაჩაურის, ოზურგეთის, ქუთაისის, ხულოს საჯარო და კერძო სკოლების 350 მოსწავლე.

**კვლევის მეთოდი:** ინტერვიუ, მონაცემთა ანალიზი.

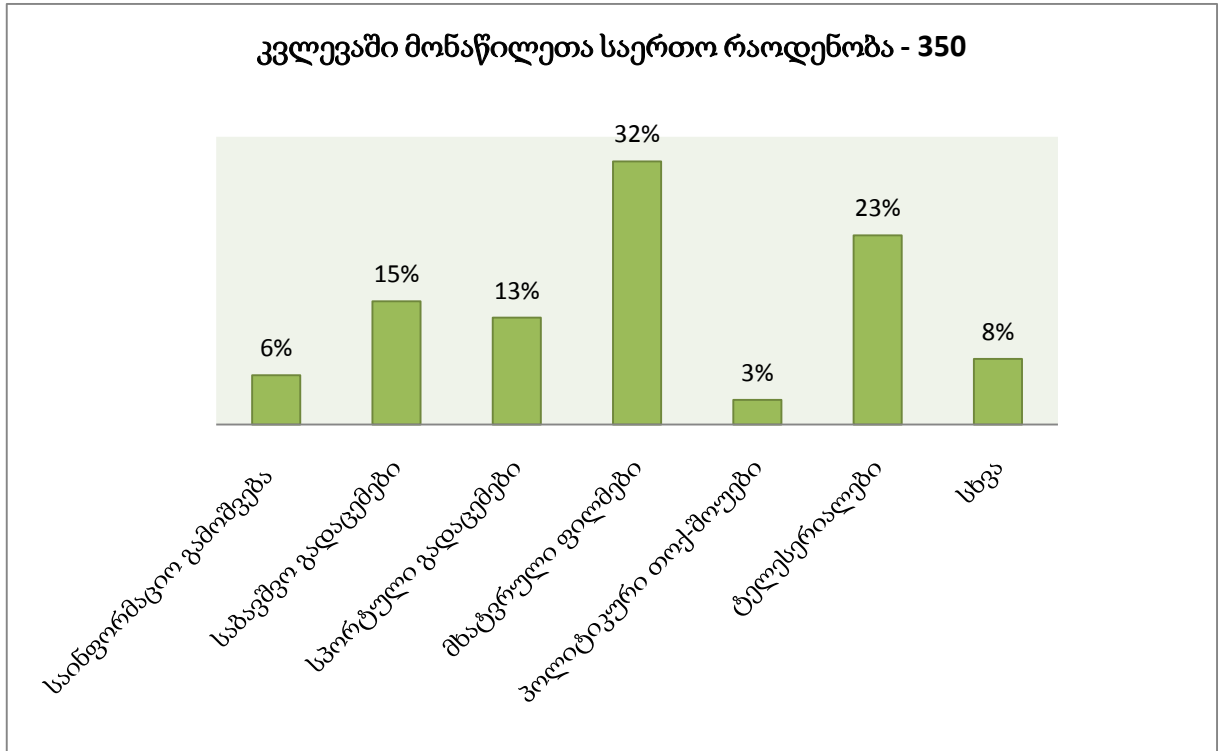
**კვლევის ჩატარების დრო:** 2011 წლის აპრილი–მაისი.

**კვლევის პროცედურა:** წინასწარ შემუშავებული კითხვარი გაეცნო პედაგოგებს, ფსიქოლოგებს, მშობლებს, ბავშვთა საკითხებზე მომუშავე იურისტებს; მათი შენიშვნებისა და წინადადებების საფუძველზე შედგა კითხვარის საბოლოო ვარიანტი.

კვლევის შედეგები დამუშავდა სპეციალური კომპიუტერული პროგრამით:



კითხვა: რა სახის გადაცემებს უყურებთ ძირითადად ტელევიზიით?



როგორც დიაგრამიდან ჩანს, 10-17 წლის ბავშვებისა და მოზარდების დიდი ნაწილი (32%), საბავშვო გადაცემების ნაცვლად, უყურებს მხატვრულ ფილმებს. თუ ჩვენ მიერ ჩატარებულ სხვა კვლევებს გავითვალისწინებთ, რომლითაც გამოვლინდა, რომ ამ ასაკის ბავშვები ტელევიზორთან, საშუალოდ, 02:00 საათამდე სხედან, ხოლო უმეტეს შემთხვევაში – „რუსთავი 2“-ისა და „იმედის“ გადაცემებს უყურებენ, გამოდის, რომ ბავშვები ძირითადად სარგებლობენ ტელეკომპანიის იმ პროდუქციით, რომელიც არანაირად არ არის დაცული მავნე ზეგავლენისაგან (საგანმანათლებლო ღირებულების უქონლობაზე რომ არაფერი ვთქვათ). აღნიშნული დასკვნის საფუძველს გვამლევს ის ფაქტი, რომ ბავშვები ტელევიზორს, ძირითადად, საღამოს საათებში უყურებენ, ხოლო ტელეკომპანიების – „რუსთავი 2“-ისა და „იმედის“ ეთერში საღამოს საათებში გადაცემები/ფილმები გადის დაახლოებით 24:00 საათზე, რა დროსაც არანაირი შეზღუდვა მედიასაშუალებებს არ აქვთ დაწესებული. უფრო მეტიც, ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერში წლების განმავლობაში ყოველ კვირა დღეს 24:00 – 02:00 საათების პერიოდში გადიოდა ეროტიკული შინაარსის გადაცემა „ღამე შორენასთან“, „ბიკინის სამყარო“, რაც არანაირად არ შეიცავს საგანმანათლებლო ხასიათის ინფორმაციას. პირიქით, ბავშვების ცნობიერებაზე, მსოფლმხედველობაზე, განვითარებასა და ზნეობაზე ამგვარი გადაცემები უარყოფითად მოქმედებენ.

კვლევის შედეგებით გამოვლინდა, რომ 8-17 წლის ბავშვებისა და მოზარდების დიდი ნაწილი აქტიურად უყურებს სერიალებს, რომელთაც, როგორც დისერტაციის წინა პარაგრაფშია აღნიშნული, არანაირი საგანმანათლებლო-აღმზრდელობითი ან ზოგადად დადებითი ღირებულება არ გააჩნია.

კვლევაში მონაწილეთაგან მხოლოდ 15% უყურებს საბავშვო გადაცემებს, რის მიზეზსაც კვლევის პროცესშივე თავად ასახელებდნენ: ძალიან ცოტაა ქართულ სატელევიზიო არხებზე საბავშვო გადაცემები.

კვლევაში მონაწილეთა 9% უყურებს საინფორმაციო გამოშვებებს და პოლიტიკურ თოქშოუებს, რაც, სავარაუდოდ, იმით უნდა იყოს განპირობებული, რომ ოჯახის სხვა წევრები (მშობლები, ბებია-ბაბუა და ა. შ.) საღამოს საათებში სწორედ ასეთ გადაცემებს უყურებენ და ბავშვებსაც, ძალაუწებურად, საინფორმაციო გამოშვებებზე და პოლიტიკურ თოქშოუებზე უხდებთ თვალყურის დევნება. ასეც რომ არ იყოს, თუ გადავხედავთ ქართული ტელევიზიების საღამოს ეთერს (როდესაც ხშირად ოჯახი იკრიბება და ჯგუფურად იწყებს ტელევიზორის ყურებას), სურვილის შემთხვევაშიც კი ვერ ვნახავთ საბავშვო გადაცემებს.

საჭიროა აღინიშნოს, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში ჩატარებული მრავალი კვლევისა და განხილვების მიუხედავად, ჯერ კიდევ ბოლომდე არ არის განსაზღვრული მედიასაშუალებების საზოგადოების ქცევაზე ზემოქმედების ზუსტი კოეფიციენტი. უდავოა, რომ მედია ახდენს ზეგავლენას ბავშვებზე, ახალგაზრდებზე, თუმცა მისი ზემოქმედების ძალა ჯერაც არ არის ბოლომდე შესწავლილი. როგორ უნდა ვიმოქმედოთ მსგავს პირობებში, რათა დავიცვათ ახალგაზრდები მედიის მავნე ზეგავლენისაგან? პასუხი ცალსახაა: აუცილებელია მედიაგანათლებისა და მედიაწიგნიერების განვითარების ხელშეწყობა.

საინტერესოა მედიაწიგნიერების საკითხზე ევროსაბჭოს მიერ მიღებული რეკომენდაცია: მედიაგანათლება ორიენტირებული უნდა იყოს ზრდასრულ მოსახლეობაზე აწმყოშიც და მომავალშიც, ის უნდა დაეხმაროს ამ ადამიანებს – არა მარტო არ ჩამორჩნენ თანამედროვე განვითარების ტემპებს, არამედ ხელი შეუწყონ მშობლის როლის უკეთ შესრულებას.

მედიასფეროში მოღვაწე ცნობილმა მკვლევარებმა (ტ. ორანჟი და ლ. ფლინი), ცნობილი წიგნის „მედიადიეტა ბავშვებისათვის“ გამოთქვეს სწორი აზრი: „თუკი

თქვენ მედიასფეროში გათვითცნობიერებული მშობელი ბრძანდებით, მაშინ თქვენ შეგიძლიათ დაეხმაროთ თქვენს შვილს გათვითცნობიერებაში. ამის საუკეთესო საშუალებას წარმოადგენს შემდეგი: დაუჯექით ბავშვს გვერდით ტელევიზორის ყურების დროს და დაეხმარეთ მას გაიგოს ყველაფერი, რაც უნდა იცოდეს. ასე მაგალითად, თქვენ შეგიძლიათ აუხსნათ თქვენს პატარებს, რომ რეკლამის საშუალებით ადამიანებს აიძულებენ შეიძინონ ნივთები, რომლებიც სინამდვილეში მათ საერთოდ არ სჭირდებათ, ან ის, რომ საშინელი მკვლევლობები, რომლებსაც ახალ ამბებში უჩვენებენ, არ ხდება ყოველდღიურად; ან უბრალოდ აუხსენით, რომ მოჩვენებები არ არსებობენ“ (Оранжеж 2007:196).

ჩვენ ვიზიარებთ მკვლევრების ამ მოსაზრებას, რადგან თანამედროვე მშობლების უმთავრეს ამოცანას წარმოადგენს არა მხოლოდ ის, თუ როგორ ვასწავლოთ ბავშვებს მედიატექნიკის გამოყენება, არამედ ისიც, თუ როგორ დავეხმაროთ მათ მედიაინფორმაციასთან მუშაობის უნარ-ჩვევების განვითარებაში, მნიშვნელოვანი და აუცილებელი ინფორმაციის მოძიებასა და დახარისხებაში, ჭეშმარიტი ინფორმაციის ცრუ ინფორმაციისგან განსხვავებაში, ნამდვილი მედიახელოვნების ნიმუშების იაფფასიანი ნიმუშებისგან გარჩევაში და ა. შ. აქედან გამომდინარე, რადგან სწავლება სკოლაში წარმოადგენს მრავალრიცხოვან და მრავალფეროვან საინფორმაციო წყაროებთან მუშაობის პროცესს, ზემოთ აღნიშნული უნარ-ჩვევების გარეშე, მათთან გამკლავება გაუჭირდება თანამედროვე სკოლის თითოეულ მოსწავლეს.

მივიჩნევთ, რომ სასურველია რეკომენდაციის სახით მომზადდეს კანონმდებლობა და სპეციალური პროგრამები „ინტერნეტმედიის“, ზოგადად ინტერნეტის ზემოქმედებისაგან დაცვის, ინტერნეტრესურსების საგანმანათლებლო და აღმზრდელობითი მიზნით სწორად გამოყენებისათვის.

დამაფიქრებელია კვლევის შედეგები, რომ ბავშვების დიდი ნაწილი გვიან ღამემდე (02:00 საათამდეც) უყურებენ სატელევიზიო გადაცემებს, ან სხედან კომპიუტერთან, ამ ფაქტს კი მშობლები მშვიდად ხვდებიან.

აღნიშნული ვითარება გახდა კვლევის შემდგომი პრობლემის განხილვის საფუძველი.

### § 3.1. მედიის უარყოფითი გავლენა და მისი რეგულირების საშუალებები

ჩვენ აღვნიშნეთ, რომ დიდია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ზეგავლენა ადამიანის განვითარების, განათლების, აღზრდის, მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბების პროცესში. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების საზოგადოებაზე ზემოქმედება არ განისაზღვრება ცალსახად, რადგან მათ უპირატესობას წარმოაჩენს, ერთი მხრივ, ფართო მასებისათვის მსოფლიო კულტურის, განათლების, მეცნიერების სფეროში განხორციელებული მიღწევების, ახალი მიმდინარეობებისა და ტენდენციების გაზიარება, ხოლო მეორე მხრივ – გასართობი გადაცემების მწირი მხატვრული ღირებულება. მათი ტირაჟირების უსაზღვრო შესაძლებლობები მასობრივი კულტურის მომხმარებლებს უვითარებენ ცუდ გემოვნებას. მასობრივი კომუნიკაციების შინაარსი აუდიტორიაზე ზემოქმედებს სხვადასხვა ფორმის სახით, კერძოდ, სწავლებით, დარწმუნებით, შთაგონებით და ა. შ. (Джуринский 1998).

მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები (ბეჭდური მედია (პრესა), რადიო და ტელევიზია) განსხვავდებიან საკუთარი დანიშნულებისა და აუდიტორიაზე ზემოქმედების მიხედვით. ტრადიციულ მედიასაშუალებებს შორის, აუდიტორიაზე ზემოქმედების ინტენსიურობითა და მასშტაბებით გამოირჩევა ტელევიზია, რაც, პირველ რიგში, აისახება სატელევიზიო გადაცემებში. აქ ჩვენ შეგვიძლია ვიპოვოთ თეატრალური სპექტაკლიც, მხატვრული ფილმიც, საესტრადო წარმოდგენაც და ა. შ. ტელეეკრანის დახმარებით, ხალხი წვდება კულტურის ისეთ ნაწარმოებებს, რომლებიც მათგან მოშორებულია დროსა და სივრცეში. ამასთან, გვეძლევა საშუალება, დავათვალიეროთ მსოფლიოს მასშტაბით ცნობილი მუზეუმები და გალერეები, არქიტექტურული თვალსაზრისით საინტერესო შენობა-ნაგებობანი (მაგალითად, „Discovery channel“-ის ციკლის გადაცემები), მოვუსმინოთ ცნობილი მუსიკოსის კონცერტს, დავესწროთ სპექტაკლებს თეატრში, მოვხვდეთ სცენაზე და კულისებშიც კი; საკუთარი თვალით ვიხილოთ შორეული და მეზობელი ქვეყნების კულტურა, პეიზაჟები და ა. შ.

მაგრამ ტელევიზია, ისევე, როგორც კულტურული ცხოვრების ნებისმიერი მოვლენა, წინააღმდეგობებითაა აღსავსე. აქ ვეჯახებით პიროვნების სტანდარტიზაციის საშიშროებას, რაც გამოიხატება ტელეეკრანის საშუალებით,

რბილად რომ ვთქვათ, ნაკლებად მისაბამი ობიექტების (მედიაარესურსების) მაყურებლამდე მიწოდებაში.

განსაკუთრებით აღსანიშნავი და საყურადღებოა ის ფაქტი, რომ ტელევიზია ყველაზე მეტად ზემოქმედებს მოზარდებზე. ასე მაგალითად, ბრიტანელმა ლოგოპედმა სალი უორდმა ჩაატარა კვლევა (კვლევის მიმდინარეობის პერიოდი მოიცავდა 10 წელს), რომლის მიზანს წარმოადგენდა 1-3 წლამდე ასაკის ბავშვებზე ტელევიზიის ზემოქმედების განსაზღვრა. მკვლევარი, კვლევების საფუძველზე, მივიდა დასკვნამდე, რომ 2-3 წლის ასაკის ბავშვების მიერ ტელევიზორის ყურების ხანგრძლივობა არ უნდა აღემატებოდეს დღის განმავლობაში ერთ საათს, ხოლო 2 წლამდე ასაკის ბავშვები საერთოდ არ უნდა უყურებდნენ ტელევიზორს. სალი უორდი ათი წლის განმავლობაში იკვლევდა ამ პრობლემას და მივიდა იმ დასკვნამდე, რომ ტელევიზორი მძლავრ ზეგავლენას ახდენს ბავშვების განვითარებაზე. ის აფერხებს ბავშვებში მეტყველების განვითარებას. ასეთი ბავშვები რვა თვის ასაკში ჯერაც არ რეაგირებენ და ვერ ცნობენ საკუთარ სახელს, სამი წლის ასაკში კი ორი წლის ასაკის ბავშვებივით საუბრობენ. ექიმის მტკიცებით, რთულდება ასეთი ბავშვების სათამაშოებით დაინტერესება (Benaron 1996).

ტელევიზიის როლის შეფასება საზოგადოებაში, მისი ზეგავლენის შესწავლა ადამიანის სულიერ განვითარებაზე, ხშირად სირთულეს წარმოადგენს. მას ხშირად უწოდებენ „ფანჯარას სამყაროში“, ან/და „სულელთა გამართობს“. მიიჩნევენ საშუალებად, რომელიც გარდაგვექმნის კულტურულ ადამიანებად, ან უბრალოდ, წარმოადგენს განათლებისა და, ამავდროულად, გასულელების წყაროს.

ტელევიზია, ერთი მხრივ, განავრცობს მოქალაქეთა საერთო ცნობიერებას, აღრმავებს მათ ცოდნას, ხელს უწყობს მათ სულიერ ზრდას, უზრუნველყოფს კულტურის, ხელოვნების, ლიტერატურის, სამართლის საფუძვლების გაზიარებას, აყალიბებს ზნეობრივ ფასეულობებს. მეორე მხრივ, ის ფლობს ცნობიერებით მანიპულირების, უსარგებლო დროისტარების საშუალებას, რომელიც გამორიცხავს ზნეობრივ-პიროვნულ განვითარებას, ხშირ შემთხვევაში, ავრცელებს ცრუ ინფორმაციას, ართმევს ადამიანს დამოუკიდებელი აზროვნების, კრიტიკულად მსჯელობის და თავისუფალი არჩევანის საშუალებას.

მასმედიის მეორე კატეგორიას საფუძველი ჩაუყარა ქსელური კომუნიკაციების ტექნოლოგიების განვითარებამ, ხოლო მისი ფუნქციონირების სფეროს წარმოადგენს ინტერნეტსივრცე. მათ, სხვაგვარად, ელექტრონულ მედიასაშუალებებს უწოდებენ. ინტერნეტის გავრცელება და შეღწევა ადამიანის ცხოვრების ყველა სფეროში, მათ შორის, განათლებაში, შეიძლება ჩაითვალოს დადებით მოვლენად და დიდ მიღწევად. თუმცა, ინტერნეტს აქვს უარყოფითი მხარეც: ინფორმაციულ ხასიათის ვებგვერდებთან ერთად, არსებობს ისეთი ვებგვერდებიც, სადაც პროპაგანდა ეწევა ძალადობას, სისასტიკეს, პორნოგრაფიას, ნარკომანიას და ა. შ. სახლში მარტოდ დარჩენილ ნებისმიერ ბავშვს ძალუძს ამ ვებგვერდებით სარგებლობა, რაც, შემდგომში, მოზარდებში ასოციალურ ქცევებს იწვევს.

გასაკვირი არ არის, რომ ამ ბოლო დროს სულ უფრო მეტი მშობელი და სპეციალისტი (პედაგოგი, ფსიქოლოგი, ჟურნალისტი) წუხს აგრესიის იმ მოდელების გამო, რომელთა მასობრივი დემონსტრირება ხდება როგორც პირველი, ასევე მეორე კატეგორიის მედიასაშუალებებით. უნდა ითქვას ისიც, რომ არც ვერბალური და არც ფიზიკური აგრესია არ წარმოადგენს „დეფიციტს“ ქართულ მედიასივრცეში. იმის გამო, რომ ბავშვები ხშირად ეჯახებიან მსგავს მედიატექსტებს, ჩნდება კითხვა, ხომ არ გამოიწვევს ამგვარი „დიეტა“ ბავშვებში მიდრეკილებას აგრესიული ქმედებების მიმართ?

იმის გასარკვევად, თუ რა ზეგავლენას ახდენს მედიასაშუალებები მოზარდების ქცევაზე, 2009 წელს ბაშკირეთის სახელმწიფო პედაგოგიურ უნივერსიტეტში ჩატარდა საინტერესო კვლევა.

**კვლევის საგანს** წარმოადგენდა მოსწავლეების – მოზარდების ქცევა.

**კვლევის მიზანს** წარმოადგენდა მედიაკულტურის, როგორც მოსწავლეების ქცევაზე ზემოქმედების პირველწყაროს, შესწავლა.

კვლევა ჩატარდა ანკეტირებისა და გასაუბრების საფუძველზე.

ანკეტირების ამოცანა: გარკვევა იმისა, თუ რა სახის გადაცემებს, კინოფილმებს ანიჭებენ უპირატესობას თანამედროვე სკოლის მოსწავლეები, რა აზრის არიან ისინი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების საზოგადოებაზე ზემოქმედების თვალსაზრისით; მათ მიერ ყველა იმ უარყოფითი მხარის გათვითცნობიერების ხარისხის შეფასება, რაც თან ახლავს მასმედიის ინფორმაციულ სფეროს. კვლევის

პერიოდში (6 დღე) გამოიკითხა 12-17 წლის ასაკის 42 მოსწავლე და 25 წელს ზემოთ მყოფი 34 ზრდასრული ადამიანი. გამოკითხვის შედეგები (კვლევის შედეგების გამარტივების მიზნით, რესპონდენტთა პასუხები არ იყოფოდა სქესის მიხედვით):

მოსწავლეთა უმრავლესობა უპირატესობას ანიჭებდა კრიმინალური ხასიათის გასართობ გადაცემებს. ტელევიზორის ყურების პერიოდი მოზარდებში განისაზღვრა ძირითადად დღისა და საღამოს საათებში, კერძოდ კი 15:00 - 00:00, ანუ ზუსტად იმ დროს, როდესაც ტელეარხების უმრავლესობა უჩვენებს კრიმინალური ხასიათის გადაცემებს. კვლევის (როგორც ბავშვების ანკეტირების, ასევე, ზრდასრულებისა) დროს გამოვლინდა ერთი საინტერესო მახასიათებელი, რომელიც მდგომარეობდა იმაში, რომ თანამედროვე მშობლები თავისუფლად რთავდნენ ნებას საკუთარ შვილებს ეყურებინათ ტელევიზორისთვის 23.00 საათის შემდეგაც.

რაც შეეხება ფილმებს, კვლევის შედეგების თანახმად, აქ უპირატესობა ენიჭებოდა საშინელებათა ფილმებსა და თრილერებს (40% და 35%). უკანასკნელი მიმზიდველი აღმოჩნდა აუდიტორიისათვის თავისი სპეციფიკურობით, ხოლო საშინელებათა ფილმები ერთნაირად აღიარებული იყო როგორც მოსწავლეებში, ასევე ზრდასრულებში.

გამოკითხულ მოსწავლეთაგან 70%-ის აზრით, ტელევიზია და მათ მიერ მითითებული ფილმები/გადაცემები ხელს უწყობს მოსწავლის ინტელექტუალური დონის ამაღლებას, მოსწავლის პიროვნებად ჩამოყალიბებას, 30% კი ხედავს ტელეეთერის მავნე ზეგავლენას.

ანკეტირების შემდეგ ხდებოდა რესპონდენტებთან გასაუბრება, რომლებსაც შვიდ კითხვაზე უნდა გაეცათ პასუხი. გასაუბრება ხდებოდა თავისუფალი ფორმით, თითოეულ მოსწავლესთან პირისპირ.

გასაუბრებით მიღებული შედეგები დამუშავდა სპეციალური პროგრამით:

**კითხვა:** მეცადინეობისაგან თავისუფალ დროს რა სახის გართობას ანიჭებთ უპირატესობას?

მიღებული შედეგების მიხედვით, ტელევიზორის ყურებას უპირატესობას ანიჭებს, საშუალოდ, მაღალი კლასის მოსწავლეების 76,6%, მაგნიტოფონის, ფლეიერის მოსმენას - 69,6%, მეგობრებთან ურთიერთობას - 67,4%, ვიდეოს ყურებას - 51,7%, წიგნების კითხვას - 45,1%, სხვადასხვა სახის სექციებსა და წრეებში

გაერთიანებას - 39,2%, ჟურნალ-გაზეთების კითხვას - 37,1%, ტელეფონით ურთიერთობას - 34,8%, მეგობარ ბიჭთან ან გოგონასთან ურთიერთობას - 27,4%, კომპიუტერული თამაშებით გართობას - 21,3%, მშობლებთან ან სხვა უფროსი ასაკის ადამიანებთან ერთად თავისუფალი დროის გატარებას - 19,4%; კომპიუტერულ ქსელში ინფორმაციის გაცვლას - 4,7%, კომპიუტერულ ქსელში მოგზაურობას - 3,1% (Валиева 2009:15)

ამგვარად, როგორც კვლევიდან ჩანს, სკოლისგან თავისუფალ დროს, მოზარდები სოციალური გამოცდილების სპონტანურად დაწაფვის პროცესში ახდენენ საკუთარი ძალებისა და სხვადასხვა შესაძლებლობის რეალიზებას. დასწავლის ეს ფორმა გულისხმობს მათთვის სასურველი ინფორმაციის განსხვავებული წყაროებიდან მოძიებას.

სხვა მედიასაშუალებებთან შედარებით, ტელევიზია თითქმის ყველა შემთხვევაში დომინირებულ პოზიციებს ინარჩუნებს, ამიტომაც განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს სწორედ მოსწავლე-ახალგაზრდობის მიერ მისი როლის განსაზღვრა სხვადასხვა სახის ინფორმაციის აღქმისა და შემეცნების პროცესში, რადგან ადამიანის ცხოვრების სწორედ ამ ეტაპზე ხდება ცნობიერების ინტენსიური ფორმირება, პიროვნების ფასეულობების, ზნეობრივ-მორალური საფუძვლების ჩამოყალიბება.

ასე მაგალითად, ოჯახური ასოციაციების ეროვნული კავშირის (UNAF) მონაცემების მიხედვით, არასრულწლოვნები ყოველწლიურად 1400 საათს ატარებენ სხვადასხვა სახის ეკრანული მედიასაშუალებების წინ, მაშინ, როდესაც მშობლებთან ურთიერთობას ისინი მხოლოდ 154 საათს უთმობენ (Frau-Meigs 2003:26).

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, დაწყებითი კლასების მოსწავლეები, სკოლამდელი ასაკის ბავშვების მსგავსად, დიდ დროს ატარებენ მედიასაშუალებებთან ურთიერთობისას. გარდა ამისა, ტელეგადაცემები, ფილმები, კომპიუტერული თამაშები და ინტერნეტი იქცა ამ ასაკის მოსწავლეების ყოველდღიური ცხოვრების უმთავრეს კომპონენტად. რაც შეეხება პერიოდული გამოცემების კითხვას, ზრდასრულ ადამიანებთან შედარებით, მოსწავლეები საკმაოდ იშვიათად კითხულობენ ჟურნალ-გაზეთებს. საგანგაშოა ის ციფრები, რომლებსაც ახმოვანებენ განსხვავებული ორგანიზაციები და მკვლევრები. UNESCO-ს კვლევების თანახმად,



ტელევიზორთან გატარებული დროის რაოდენობა თითოეული მოზარდისათვის შეადგენს 3 საათს, რაც 50%-ით აღემატება სხვა ნებისმიერი სახის საქმიანობას, რასაც ის ასრულებს სკოლისაგან თავისუფალ დროს. სხვა მონაცემები ამგვარად გადანაწილდა: სახლის სამუშაოები - 2 სთ; ოჯახისათვის დახმარება - 1,6 სთ; თამაში სუფთა ჰაერზე - 1,5 სთ; მეგობრებთან ურთიერთობა - 1,4 სთ; კითხვა - 1,1 სთ; რადიოს მოსმენა - 1,1 სთ; მაგნიტოფონის მოსმენა - 0,9 სთ; კომპიუტერის გამოყენება - 0,5 სთ (Челышева, 2008).

სხვადასხვა ქვეყნის მედიკოსების აზრით, არ არის მიზანშეწონილი 2-3 წლამდე ასაკის პატარების ტელევიზორთან ურთიერთობა. მათი მტკიცებით, 3-დან 6 წლამდე ასაკის ბავშვებისათვის ტელევიზორის მოხმარება არ უნდა აღემატებოდეს დღეში 20 წუთს, ხოლო უმცროსი სასკოლო ასაკის მოზარდებისა (6-დან 11 წლამდე ასაკი) - 40 წუთს, ხოლო კომპიუტერის მოხმარების პერიოდი უნდა შემოიფარგლებოდეს 10-30 წუთით. 14 წლამდე ასაკის მოზარდებისათვის მიზანშეწონილია 1 საათით ტელევიზორის მოხმარება, ხოლო 18 წლამდე ასაკის მოზარდებისათვის – არაუმეტეს ორი საათისა (Панютина: 2011). მრავალსაათიანი ტელევიზორის ყურებისა და კომპიუტერული სეანსების შედეგი ფართოდ არის ცნობილი: მხედველობის გაუარესება, ნევროზების განვითარება, ჩამორჩენა ფსიქიკურ და ფიზიკურ განვითარებაში და ა. შ.(Челышева, 2008).

ბრაზიანობა, იმპულსურობა, გაღიზიანება – ყველაფერი ეს წარმოადგენს „მედიადამოკიდებული“ ბავშვების დამახასიათებელ თავისებურებებს, რაც ხელს უშლის მათ ნორმალურ განვითარებას, ნიჭიერების გამოვლენას, ზღუდავს საურთიერთობო სივრცეს. ხშირ შემთხვევაში, მოცემული პრობლემა უკავშირდება კომპიუტერულ თამაშებსა და ინტერნეტსივრცეს. მსგავსად პირველი კატეგორიის მედიასაშუალებებისა, კომპიუტერული თამაშების შემთხვევაშიც, მათი ცალსახად განხილვა შეუძლებელია, რადგან მათაც გააჩნიათ თავიანთი დადებითი და უარყოფითი ასპექტები. პოზიტიურ მხარეს მიეკუთვნება ელექტრონული მედიასაშუალებების საგანმანათლებლო შესაძლებლობები, ახალი გამოცდილების მიღების თავისუფლება, შემეცნებითი მოტივაცია, მიზანდასახულობა და ა. შ. მაგრამ კომპიუტერისადმი დამოკიდებულებას დადებით მხარედ ვერ შევაფასებთ, რადგან კომპიუტერულ თამაშებზე, ინტერნეტზე დამოკიდებული ადამიანი გამოირჩევა

დაბალი ფიზიკური აქტიურობით, რაც ბავშვობის ასაკში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია. ინტერნეტდამოკიდებულებამ შეიძლება გამოიწვიოს ძილის დარღვევა, საერთო მდგომარეობის გაუარესება, ჩაკეტილობა, სირთულეები რეალურ ცხოვრებაში და ა. შ. ასეთი მომხმარებლები (მათ შორის, ბავშვებიც) უპირატესობას ანიჭებენ ადამიანებთან ინტერნეტით ურთიერთობას, პირისპირ ურთიერთობასთან შედარებით. ამ ქმედებას თავისი მიზეზები აქვს: რეალური ურთიერთობა ატარებს პიროვნულ ხასიათს, ხოლო ვირტუალური - „უპიროს“: დიდი ხნის ნაცნობებიც კი ერთმანეთს ხედავენ მხოლოდ სურათების ან ვებკამერის საშუალებით. გარდა ამისა, ქსელში ურთიერთობა ატარებს შერჩევით ხასიათს, რაც გულისხმობს იმას, რომ მოზარდი ურთიერთობას იწყებს მხოლოდ იმასთან, ვისთანაც სურს, ვის მიმართაც გააჩნია სიმპათიები, მაშინ, როცა რეალური ურთიერთობის დროს მას უწევს კონტაქტის დამყარება ნებისმიერ ადამიანთან, ნებისმიერ დროს, შესაბამისი მდგომარეობიდან გამომდინარე. ამიტომ, თუ ბავშვის ამგვარ „გატაცებას“ დროულად არ მიექცევა სათანადო ყურადღება მშობლების ან პედაგოგების მხრიდან, მომავალში მოხდება ის, რომ ბავშვს უკვე გაცილებით უფროს ასაკში მოუხდება რეალური ურთიერთობის უნარ-ჩვევების დაუფლება, რაც, ბუნებრივია, გამოიწვევს შებოჭილობას, დისკომფორტსა და არასრულფასოვნების კომპლექსს.

მედიისადმი დამოკიდებულება იქმნება და ვითარდება თანდათანობით. მკვლევრები (ივანოვი, 2001 და სხვები) გამოყოფენ მისი ფორმირების რამდენიმე სტადიას, რომელთაც განვიხილავთ კომპიუტერული თამაშების მაგალითზე.

კომპიუტერული თამაშებისადმი დამოკიდებულების პირველ სტადიას წარმოადგენს მსუბუქი გატაცება კომპიუტერული როლური ქმედებით, ანუ ბავშვი, რომელმაც ერთხელ მოსინჯა თავისი ძალები რომელიმე კომპიუტერულ თამაშში, ნელ-ნელა სულ უფრო და უფრო ირთვება თამაშში; მას მოსწონს, რომ აქ ყველაფერი სინამდვილეს ემსგავსება, ის სიამოვნებით თამაშობს რომელიმე „სუპერგმირის“ ან „ჯადოქრის“ როლს, რაც გულისხმობს იმას, რომ კომპიუტერული თამაშში, როგორც ნებისმიერი სხვა ფორმის გართობა, „ითრევს“ ბავშვს და იწვევს მასში დადებით ემოციებს.

შემდეგი სტადია ცნობილია გატაცების სახელწოდებით და ხასიათდება ბავშვის მიერ კომპიუტერული თამაშების რეგულარული მოხმარებით: ის სთხოვს მშობლებს

კიდევ ერთხელ თამაშის ნებართვას, სულ უფრო და უფრო ხშირად უბრუნდება საყვარელ გმირებს და თუკი საშუალება არა აქვს გააგრძელოს თამაში ოჯახურ პირობებში, გარბის ინტერნეტკაფეში ან მეგობრებთან, ანუ ეძებს ისეთ ადგილს, სადაც თამაშს შეძლებს.

მესამე - დამოკიდებულების სტადია ხასიათდება არა მხოლოდ თამაშის მოთხოვნილებით, არამედ იმ ცვლილებებითაც, რომელიც მიმდინარეობს მომხმარებლის თვითშეგნებასა და თვითშეფასებაში. საგრძნობ ცვლილებებს განიცდის მოთამაშის საურთიერთობო სფეროც - ის სულ უფრო ხშირად ურთიერთობს სხვა მოთამაშეებთან, რომლებსაც ესაუბრება რეალურად ან ინტერნეტქსელის საშუალებით. პირველ შემთხვევაში, საუბრის საგანს წარმოადგენს კომპიუტერული თამაში, თავისი ძირითადი ეტაპების, რთული მომენტების განხილვით, კოდების გაცვლით და ა. შ. მეორე შემთხვევაში - მოთამაშეები ეჯიბრებიან ერთმანეთს, ღებულობენ მონაწილეობას ინდივიდუალურ ან ჯგუფურ ტურნირებში. მოცემული სტადიის დროს, მოთამაშეები სიამოვნებით თამაშობენ მარტონიც, ხოლო სირთულეს წარმოადგენს ის ფაქტი რომ შეუძლებელი ხდება მათი რაიმე სხვა ქმედებაზე გადართვა, მიუხედავად კომპიუტერის წინ გატარებული მრავალი საათისა.

შემდეგი სტადია (მიდრეკილობის სტადია) ხასიათდება თამაშობრივი აქტიურობის ერთგვარი დაკნინებით. რაც ვლინდება იმაში რომ, თამაშის ყველა საფეხურების გავლის შემდეგ, მოთამაშე კარგავს მისდამი ინტერესს. მაგრამ როგორც კი მას ეძლევა საშუალება გაიაროს თამაშის შემდეგი ნაწილი (მით უფრო, რომ დღეს ამგვარი თამაშების უმრავლესობას გააჩნია გაგრძელება, რითაც ისინი სერიალებს ემსგავსება), ინტერესი მის მიმართ კვლავაც ღვივდება.

ინტერნეტზე დამოკიდებულ მომხმარებელთათვის დამახასიათებელია რისკისადმი სწრაფვა, შფოთვა, აგრესიულობა, დომინირებისადმი სწრაფვა, სიჯიუტე, ეგოიზმი, ემოციური მგრძნობიარობა, ახალი შეგრძნებების ძიება და სხვა. სამეცნიერო ლიტერატურაში აღწერილია შემთხვევები, როდესაც ინტერნეტდამოკიდებული მომხმარებლები თავს ანებებდნენ სწავლას, სამსახურს, წლობით არ გამოდიოდნენ სახლიდან, კარგავდნენ რეალური ცხოვრებისადმი, გარშემო მყოფი ადამიანებისადმი ყოველგვარ ინტერესს, არავისთან არ

ურთიერთობდნენ, გარდა ვირტუალური მეგობრებისა. უამრავი შემთხვევა არსებობს იმისა, რომ ამგვარ სიტუაციაში ჩავარდნილი ადამიანი ვერ ახერხებს მდგომარეობიდან დამოუკიდებლად თავის დაღწევას და იძულებული ხდება მიმართოს ფსიქოლოგისა და ფსიქოთერაპევტის დახმარებას.

კომპიუტერული თამაშების მიმართ დამოკიდებულებაზე არანაკლებ საყურადღებოა მედიის ზემოქმედების შედეგად წარმოქმნილი ძალადობის ფენომენი, რომელმაც მომავალში შეიძლება უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინოს უმცროსი სასკოლო ასაკის მოსწავლის ფსიქიკაზე. საქმე იმაშია, რომ უმცროსი სასკოლო ასაკის ბავშვს უკვე საკმაოდ კარგად ესმის არა მხოლოდ საკუთარი გრძნობები, არამედ სხვა ადამიანების განცდებიც: ის უთანაგრძნობს საყვარელ გმირებს, გადმოსცემს მათ ემოციურ მდგომარეობას. ალბათ, თითოეული ჩვენგანი შესწრებია მომენტს, როდესაც ეკრანზე ძალადობის დემონსტრირების დროს უმცროსი სასკოლო ასაკის ბავშვები გადიან, ან სულაც გარბიან ოთახიდან, გამორთავენ ტელევიზორს, იმალებიან საბნის ქვეშ, ხუჭავენ თვალებს, უფრო ახლოს ჯდებიან უფროსებთან, ეჭიდებიან მათ ხელზე და ა. შ. ყველა ეს რეაქცია წარმოადგენს ერთგვარ დამცავ მექანიზმს, რომლის დახმარებითაც ბავშვები ცდილობენ დაიცვან თავი ძალადობის ამსახველი მედიატექსტებისაგან, რათა არ განიცადონ უარყოფითი ემოციები, რომლებიც გამოიხატება გამწვავებულ შფოთვაში, ნევროზებში, აგრესიულ ქმედებებში, უხასიათობაში, გაუთავებელ წუწუნში და ა. შ.

7-10 წელზე უმცროსი ასაკის ბავშვების სუსტი და ფაქიზი ფსიქიკა, აგრესიულ მედიატექსტებთან კონტაქტის შედეგად, განიცდის სერიოზულ ტრავმას, რომლის საბოლოო შედეგი ხშირად ვლინდება შიშებში, ენაბლუობაში, მშფოთვარე ემოციურ მდგომარეობაში და ა. შ. (Федоров 2004:65).

ამავდროულად, ძალადობის ამსახველ კადრებს უარესი და უფრო სერიოზული შედეგიც შეიძლება მოყვეს, ვიდრე უბრალოდ ერთი უძილო ღამე. ფაქტია, რომ ბავშვი ხშირად იმეორებს იმას, რასაც ეკრანზე ხედავს. ამაზე მეტყველებს სკოლებში გახშირებული შემთხვევები, როდესაც ბავშვებმა დაპირისპირების დროს ერთმანეთს სერიოზული ზიანი მიაყენეს, რადგან იყენებდნენ ჩხუბის ისეთ „ილეთებს“, რომლებიც ფილმებში ან კომპიუტერულ თამაშებში ენახათ. ამგვარად, ძალადობის ვირტუალური ასახვა ზეგავლენას ახდენს ბავშვის რეალურ ქცევებზე, მის

აღზნებულობაზე, პროვოცირებს მათ აგრესიულობას, დროთა განმავლობაში კი - აღვივებს ინტერესს მსგავსი სცენების მიმართ. ასე იქმნება ერთგვარი ჯაჭვური რეაქცია - რაც უფრო მეტ ძალადობის ამსახველ სცენას ხედავს მაყურებელი ეკრანზე, მით უფრო მეტი „დოზა“ ესაჭიროება მას შემდგომში მედიასაშუალებებთან ურთიერთობის დროს.

„ძალადობრივი ელემენტების შემცველი კომპიუტერული თამაში და ძალადობრივი ქმედების ჩადენა რეალურ ცხოვრებაში – ორი სხვადასხვა მოვლენაა. თუმცა, უეჭველია ის ფაქტი, რომ ძალადობრივ ქმედებაში ინტერაქტიული ჩართულობა იწვევს მასზე გარდაუვალ დამოკიდებულებას, კლავს თანაგრძნობის, ემპათიისა და სხვა მსგავს დამოკიდებულებას. ვირტუალურ სამყაროში სირთულეს არ წარმოადგენს ადამიანისათვის იარაღიდან სროლა, ადამიანის ყუმბარით აფეთქება, საჭრელი აპარატით დანაწევრება, ბომბის მეშვეობით ნაწილებად ქცევა და ა. შ.“ (Федоров 2004:70).

საინტერესო და, ამავე დროს, შემაშფოთებელი კვლევა ჩაატარეს ამერიკელმა მეცნიერებმა: სკოლამდელი და უმცროსი სასკოლო ასაკის ბავშვებს უჩვენეს ფილმი „სიკვდილის ხელოვნება“. სხვადასხვა სახის მკვლევლობების დემონსტრირებამ გამოიწვია ის, რომ ყველა მოსწავლემ განიცადა სხვადასხვა სიმძიმის შოკი. მსგავსი რეაქცია განისაზღვრება იმით, რომ ინფორმაცია, რომელსაც დებულობს ბავშვი ეკრანის მეშვეობით, მის მიერ აღიქმება, როგორც ჭეშმარიტება“ (Абраменкова 1999:7).

არსებობს იმის დამადასტურებელი მასალა, რომ ძალადობის ან ძალადობრივი მუქარის ამსახველი სცენების ხილვის და გმირების მიმართ თანაგრძნობის გამოხატვის დროს, ხშირდება გულისცემა და იმატებს წნევის მაჩვენებელი. ასევე საგულისხმოა „აკრძალული ხილის“ ეფექტიც – რაც უფრო მკაცრად უკრძალავენ მშობლები შვილებს მსგავსი სცენების ნახვას, მით უფრო სასურველად მოჩანს ისინი პოტენციურ მაყურებელთათვის.

„აღიარებულია ის ფაქტი, რომ ბავშვებს მოსწონთ ვირტუალური ჩართულობა აგრესიულ ქმედებებში. ჩატარებული გამოკითხვების თანახმად, მოსწავლეების 39%-ს მოსწონთ იმის ყურება, თუ როგორ ჩხუბობენ ადამიანები, როგორ აყენებენ ერთმანეთს ზიანსა და ტკივილს, 48% ყოველთვის თანაუგრძნობს მსხვერპლს, ხოლო 45% – „ცუდ ბიჭებს“. ამასთან, მამრობითი სქესის წარმომადგენლები უფრო ხშირად

ხდებიან „აგრესიის ეფექტის“ გამტარებლები და თავიანთ წარმოსახვაში უმეტესწილად საკუთარ თავს ადარებენ აგრესორებს. გოგონები კი, მსგავსი სცენების ხილვის დროს, საკუთარ თავს ძირითადად წარმოიდგენენ მსხვერპლის როლში. ამიტომაც აგრესიული ბავშვები უპირატესობას ანიჭებენ იმ გადაცემებსა და ფილმებს, სადაც უხვადაა მიწოდებული მაყურებლამდე ძალადობის ამსახველი მედიატექსტები. სკოლის ის მოსწავლეები, რომელთათვისაც ძალადობა წარმოადგენს მათი სოციალური გარემოს განუყოფელ ნაწილს, უფრო მეტად არიან დაინტერესებული ეკრანზე გადმოცემული ძალადობით: ბავშვებს მოსწონთ ისეთი გადაცემები და ფილმები, რომლებიც ახლოს არიან ცხოვრებასთან და ემთხვევა მათ სოციალურ გარემოს.

ამავდროულად, ბავშვები შედარებით უფრო დიდი სიამოვნებით უყურებენ ძალადობის ამსახველ სცენებს, თუკი ისინი რეალობასთან არანაირ კავშირში არ არიან (მაგალითად, სცენები ფანტასტიკის ან თრილერის ჟანრის ფილმებიდან), რადგან, მსგავსი მედიატექსტების მიღების დროს, ნებისმიერი ბავშვი ხვდება, რომ ამგვარი რამ სინამდვილეში ვერანაირად ვერ მოხდება. ასევე, მნიშვნელოვანია ის მომენტიც, რომ ძალადობის ამსახველი კადრების მიმართ მაშინ უფრო მატულობს ინტერესი, თუკი ფილმში წინასწარ არის განჭვრეტელი შედეგი („ჩვენები“ აუცილებლად გაიმარჯვებენ), ან სამართლიანი დასასრული (სიკეთე ამარცხებს ბოროტებას). ამასთან, „შემარბილებელი“ ეფექტის ფუნქციას ასრულებს მუსიკალური გაფორმება, მონტაჟი, დეკორაციები, სპეცეფექტები და მისთ. და ბოლოს, ბავშვი უფრო დიდი ინტერესით უყურებს მსგავს „უმსგავსობას“, თუკი ის ჩვეულ ოჯახურ გარემოში იმყოფება, უფროსებთან ერთად (Федорих 2004).

მასწავლებლები ხშირად აღნიშნავენ იმას, რომ ურთიერთშორისი ქმედებების დროს, თანამედროვე ბავშვები ხშირად ავლენენ აგრესიას, არ შეუძლიათ მშვიდად მიაღწიონ შეთანხმებას, საუბრებში აქტიურად იყენებენ არანორმატიულ ლექსიკას, მათ შორისაა ის სიტყვები და გამოთქმებიც, რომელიც გაგონილი აქვთ ფილმებში და კომპიუტერულ თამაშებში. ერთი სიტყვით, მოსწავლეებს ხშირად ექმნებათ პრობლემები ურთიერთობაში, რისი არაერთი მიზეზიც არსებობს. უპირველეს ყოვლისა, უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ მოსწავლეთა უმრავლესობას გააჩნია მწირი გამოცდილება თანატოლებთან ურთიერთობისა. ძირითადად, ეს ეხება

დედისერთებს და იმ ბავშვებს, რომლებიც არ დადიოდნენ ბაღში და ა. შ. ახალ სასკოლო კოლექტივში მოხვედრის შემდგომ მათი უმრავლესობა აწყდება სირთულეებს თანაკლასელებთან ურთიერთობის დარეგულირების პროცესში: ერთნი განიცდიან შიშს კლასის წინაშე გამოსვლისას, ერთი-ერთი საკუთარი აზრის საჯაროდ დაფიქსირება, მეორენი კი პირიქით – არ უსმენენ სხვებს, არ იციან დათმობებზე წასვლა. მაშასადამე, უმცროსკლასელთა ასაკობრივი ჯგუფისთვის დამახასიათებელი მაღალი ხარისხის შემგუებლობის მიუხედავად, საურთიერთობო ასპარეზზე მათ საკმარისზე მეტი სირთულე ხვდებათ.

ეკრანზე გადმოცემული ძალადობრივი ქმედებების მიმართ უარყოფითი დამოკიდებულების მიზეზთა შორის ერთ-ერთია რწმენა იმისა, რომ ძალადობა ხელს უწყობს დანაშაულთა რიცხვის ზრდას; აგრეთვე, უარყოფითი ემოციების თავიდან აცილების სურვილი, ზიზღი სისხლის დანახვაზე და ა. შ. ამავდროულად, ცნობილია, რომ თანამედროვე „მედიათაობა“ მიდრეკილია ხშირი დეპრესიებისაკენ – ამის გამომწვევ მიზეზებს წარმოადგენს ისეთი ფაქტორები, როგორცაა დატვირთვა სკოლაში, ნერვული დაძაბულობა სწავლის პერიოდში და ა. შ. ამასთან, მედიასაშუალებებიც თამაშობენ არანაკლებ როლს. საქმე იმაშია, რომ კომპიუტერული თამაშების უმრავლესობა დაპროგრამებულია იმგვარად, რომ უმცროსი სასკოლო ასაკის ბავშვებს ძალიან უჭირთ მათში გამარჯვება. შესასრულებელი მისიის მრავალსაათიანი გავლა სავსებით შესაძლებელია წაგებით დასრულდეს. ერთი არასწორი ნაბიჯი და მას თამაშის ხელახლა დაწყება უწევს. თუკი წარუმატებელი სვლები ერთიმეორეს მიჰყვება, მარტივია ასეთ მდგომარეობაში ბავშვს განუვითარდეს დაბალი თვითშეფასება და კომპლექსები.

ცნობილია, რომ სწავლის პროცესისადმი მოსწავლეთა მოტივაციის განვითარებისათვის, აუცილებელია, ხელი შეუწყოთ მოსწავლეებში შემეცნებითი აქტივობის გაღვივებას, მათი ინტერესების ჩარჩოების გაფართოებას, მით უფრო, რომ უმცროსი სასკოლო ასაკის ბავშვებში შემეცნებითი აქტივობის კოეფიციენტი საკმაოდ მაღალია, რაც მათ ცნობისმოყვარეობაში ვლინდება: ისინი სვამენ ძალიან ბევრ კითხვას, ცდილობენ მიიღონ ბევრი ახალი ინფორმაცია ნაცნობ საგნებზე, მოვლენებზე. ამასთან, ახალი ინფორმაციის სიმრავლემ შეიძლება გამოიწვიოს ბავშვის გადაღლა, მოთენთილობა, ინტერესის დაკარგვა და სხვა სახის საქმიანობაზე

გადართვა. აშშ-ში ჩატარდა კვლევები, რომელთა შედეგების თანახმად, „ტელევიზორის ყურება, რომელიც კვირაში 10 საათს აღემატება, ახდენს უარყოფით ზეგავლენას ბავშვის აკადემიურ მოსწრებაზე სწავლების პერიოდში. ბავშვები, რომლებიც ტელევიზორს დღეში 6 საათზე მეტხანს უყურებდნენ, კლასში ყველაზე ცუდი შედეგით გამოირჩეოდნენ“ (Оранж 2007:63).

ამასთან, მედიასაშუალებების გადაჭარბებული დოზით გამოყენება საგრძნობ ზიანს აყენებს ბავშვის ფიზიკურ მდგომარეობას, რაც ვლინდება მხედველობის გაუარესებით, ხერხემლის გამრუდებით, დასხივებით, გადაჭარბებული წონით და ა.შ. ახალ ზელანდიაში ჩატარებული კვლევის შედეგები მოწმობს, რომ „ბავშვები და მოზარდები, რომლებიც ტელევიზორს დღეში 2 საათზე მეტ დროს უთმობენ, გაცილებით უფრო ხშირად არიან მიდრეკილნი სიმსუქნისაკენ, ამავდროულად, მსგავს შემთხვევებში მაღალია რისკი იმისა, რომ მათი გულ-სისხლძარღვთა სისტემა საგრძნობლად გაუარესდეს 26 წლის ასაკში“ (Оранж 2007:58).

მჯდომარე ცხოვრების წესს, მხედველობისა და სმენის მრავალსაათიან დაძაბვას, ასევე, მივყავართ უმცროსი სასკოლო ასაკის ბავშვის ქცევაში არასასურველ ცვლილებებამდე. საქმე იმაშია, რომ ბავშვი, რომელიც რამდენიმე საათის განმავლობაში იმყოფება ერთსა და იგივე მდგომარეობაში (ზის კომპიუტერის ან ტელეეკრანის წინ), ეძებს შესაძლებლობას, „გადმონთხოს“ დაგროვილი ენერგია, ხშირ შემთხვევაში, ეს გამოიხატება ოთახებში სირბილით, საწოლზე ხტუნვით, კივილითა და წივილით. კარგია, თუკი ეს ე. წ. „გადმონთხეული“ ენერგია სხვებს არ ვნებს და არ ატარებს ვანდალურ ხასიათს, არ ხასიათდება ძალადობრივი ქმედებით, რომელიც ეს-ესაა ბავშვმა ეკრანის საშუალებით იხილა, რაც ასევე დამახასიათებელ ფენომენს წარმოადგენს დღევანდელ რეალობაში.

მედიასაშუალებებთან ურთიერთობის დროს, ისევე, როგორც წიგნის კითხვისას, ბავშვი აიგივებს საკუთარ თავს სატელევიზიო, კომპიუტერულ ან კინოგმირებთან. ამგვარი იდენტიფიცირება ეხმარება ბავშვს, უკეთ გაიგოს პერსონაჟების ხასიათი და ქცევები. ასეთ შემთხვევაში, ბიჭები, როგორც წესი, წარმოიდგენენ საკუთარ თავს სუპერგმირებად, ხოლო გოგონები - ულამაზეს პრინცესებად, მაგრამ ძალიან ხშირად პერსონაჟების ხასიათი და ქცევები ეკრანზე, მათ მიერ წარმოთქმული ფრაზები არ



ემთხვევა ბავშვის წარმოდგენებს ცხოვრებაზე და ჩნდება კონფლიქტი რეალობასა და ბავშვის ფასეულობათა ფორმირების სისტემასთან.

თავდაპირველად, ბავშვი ჩვეული მიამიტობით ეკითხება მშობლებს, თუ რატომ არ არის მათ სახლში (ოჯახში) ყველაფერი ისე, როგორც „კინოში“, რასაც მშობელთა უმრავლესობა მხრების აჩეჩვით პასუხობს. ამ დროს შეუსაბამობა რეალურ ცხოვრებასა და ეკრანზე ნაჩვენებ „რეალობას“ შორის, ზოგიერთ ბავშვში იწვევს დაბნეულობას, ეგრეთ წოდებულ „ფასეულობათა კონფლიქტს“, რასაც უკავშირდება სირთულეების წარმოქმნა, რომლებიც მომავალში შესაძლებელია უარყოფითად ზემოქმედებდეს ბავშვის მსოფლმხედველობის ფორმირების პროცესზე, ოჯახში ურთიერთობაზე, ცხოვრებისეულ ორიენტირებზე. ამასთან, იმის გათვალისწინებით, რომ ბავშვებს მიუწვდებათ ხელი არა მხოლოდ საბავშვო, არამედ ზრდასრულ მაყურებელთა მედიატექსტებზეც, რომლებიც ხელს უწყობს პიროვნების ნაკლებად ზნეობრივი თვისებების ჩამოყალიბებას, – წარმოიქმნება მსგავსი ნიმუშებისადმი „არაკრიტიკული მიდგომისა და მიმბაძველობის“ პრობლემა.

„თანამედროვე მოზარდი თაობა ცდილობს, რაც არ უნდა მოხდეს, იქონიოს „ყველაფერი, რაც კინოშია“: დიდი სახლი, ბოლო მოდელის ავტომობილი, მდიდრული ავეჯი, ბრენდირებული ტანსაცმელი, ვიდეოტექნიკა, კომპიუტერი, მობილური ტელეფონი, ბევრი ფული და ა. შ. სხვათა შორის, ბოლო წლებში ჩატარებული კვლევები, რომლებიც ეხებოდა თანამედროვე მოსწავლეების პრიორიტეტულ ცხოვრებისეულ ფასეულობებს, ადასტურებს, რომ მოსწავლეთა შორის პირველი ადგილი (70,2%) უჭირავს მატერიალურ ფასეულობებს, ხოლო მეორე ადგილი - ოჯახს (12,8%), მესამე - სამსახურს (10,6%)” (Гунтарова 2005).

ერთი სიტყვით, ყველაფერი, რაც ესმის, რასაც ხედავს და კითხულობს უმცროსი სასკოლო ასაკის ბავშვი მედიარესურსების საშუალებით, ერთვის მის მიერ სამყაროს აღქმას და ხელს უწყობს არსებული რეალობის შესახებ საკუთარი შეხედულების ფორმირებას. მედიის საშუალებით ხდება ბავშვის სოციალური განათლება: საზოგადოების სოციალური ფასეულობების, ნორმებისა და რეგულირებების შემეცნება, მომავალში კი – მისი სოციალური როლის გათავისება საზოგადოებაში.

მედიაშუალებების საგანმანათლებლო მნიშვნელობა, ისევე, როგორც ინფორმაციის თავისუფლება, არ შეიძლება დავაყენოთ ეჭვქვეშ, მაგრამ,

ამავდროულად, გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ბოლო დროს მედიასაშუალებებს „გარემოს ინფორმაციული დაბინძურების“ მიზეზად მოიხსენიებენ. მაშასადამე, აუცილებელია ვისაუბროთ ინფორმაციულ უსაფრთხოებაზე და იმ რისკებზე, რომელიც თან ახლავს იმ ინფორმაციას, რასაც აგროვებენ, ახარისხებენ და გადმოსცემენ მედიასაშუალებები.

აღზრდის თვალსაზრისით, სულაც არ არის გამართლებული ის, რომ ცნობილი მსახიობების მიერ განსახიერებული სატელევიზიო გმირები ხშირად მიმართავენ ძალადობას, ბრძოლას, შეტაკებას, როგორც თავად უწოდებენ – „ძალადობას კეთილი საქმისთვის“, მაგალითად, პატიოსანი, კეთილი ადამიანების დაცვის, ტყვეების განთავისუფლების მიზნით. ძალიან ხშირად ასეთი გმირების ქცევის მაგალითი ახალგაზრდა ტელემყურებლისათვის უმთავრესად მოიცავს ძალადობის ტექნიკური მხარისადმი დადებით განწყობას, მიმბაძველობის სურვილს. მათთვის უკვე მოტივს მნიშვნელობა არ აქვს. როდესაც ვსაუბრობთ მედიასაშუალებების ზეგავლენის შესახებ ახალგაზრდებზე, ჩნდება კითხვა: როგორ უნდა ვებრძოლოთ ამ პრობლემას და არსებობს თუ არა მისი გადაჭრის გზები? გამოსავალი, რა თქმა უნდა, არსებობს: აუცილებელია, ეფექტური და შესრულებადი შეზღუდვების დაწესება სატელევიზიო ეთერზე, რასაც არაერთმა ქვეყანამ მიმართა. მაგალითად, საბერძნეთში დაწესებულია შემდეგი ნორმები: ყოველი გადაცემის დაწყების წინ ტელეეკრანზე ჩნდება ნიშანი, რომელიც გამოხატავს ტელემყურებელთა გარკვეული ნაწილის შეზღუდვას: ჯვარი, გამოსახული წითელ ფონზე, რომელიც მუდმივად ციმციმებს, აღნიშნავს ფილმს ან გადაცემას, რომელიც განკუთვნილია მხოლოდ სრულწლოვანი ტელემყურებლებისათვის. მწვანე ფონზე გამოსახული რომბი აღნიშნავს ოჯახისთვის განკუთვნილ გადაცემას. გარდა ამისა, 17-დან 20 სთ-მდე აკრძალულია ისეთი სატელევიზიო პროდუქციის ტრანსლირება, რომელიც ვნებს ბავშვის ფსიქიკას (Федоров 2007).

ასეთი წესები (შეზღუდვები) საქართველოშიც არსებობს, თუმცა, უმრავლეს შემთხვევაში, ეს წესები არ სრულდება, ამასთან, არსებული წესები მოძველებულია და საჭიროებს გადახედვას.

ამრიგად, მედიის უარყოფითი გავლენა ბავშვებზე ვლინდება როგორც ზნეობრივ, ასევე ფიზიკურ და ფსიქიკურ ასპექტში.

მედიასაშუალებებთან განუსაზღვრელი დროით ურთიერთობა ბავშვში იწვევს ბრაზიანობას, იმპულსურობას, გაღიზიანებას, ხელს უშლის ბავშვის ნორმალურ განვითარებას, ზღუდავს მის პირად საურთიერთობო სივრცეს ოჯახის წევრებთან, წარმოშობს შფოთს, აგრესიულობას, სიჯიუტეს. ბავშვის ფსიქიკა განიცდის სერიოზულ ტრამვას, რაც ვლინდება შიშში, მშფოთვარე ემოციურ მდგომარეობაში, მარტოობის სურვილში, ენაბლუობაში, უძილობაში, გულგრილობაში, უხეშობაში. ფიზიკური მდგომარეობა უარესდება, ვლინდება მხედველობის დაქვეითება, ხერხემლის გამრუდება, თავს იჩენს გადაჭარბებული წონა, რაც გულ-სისხლძარღვთა სისტემას აუარესებს. ხანგრძლივად ერთსა და იმავე მდგომარეობაში ყოფნა ენერგიას წარმართავს არასასურველი ქმედებისაკენ.

## მედიაპედაგოგიკა პიროვნების განვითარებისა და

### სოციალური ადაპტაციის ხელშემწყობი

#### § 1. მედიარესურსები სასწავლო-აღმზრდელობითი საქმიანობისათვის

თანამედროვე სამყაროში სულ უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს ციფრული, ელექტრონული ტექნოლოგიები. ყველაზე გავლენიან ელექტრონულ მედიასაშუალებად ითვლება ტელევიზია, რომელმაც შეძლო აქტიურ ტელემეყურებლებად ექცია სხვადასხვა განათლების დონის, პროფესიისა და სოციალური სტატუსის მქონე ადამიანები. ისინი, თავიანთი მსოფლმხედველობითა და ინტერესებით, სხვადასხვა ტიპის ტელეპროდუქციის მომხმარებლები არიან, თუმცა ერთნაირად შთანთქავენ ნებისმიერ ინფორმაციას, ყოველგვარი შეზღუდვის და კრიტერიუმის გარეშე, განუსაზღვრელად იმისა, თუ რამდენად სასარგებლოა ეს ინფორმაცია.

თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარების პროცესში მნიშვნელოვანი როლი ეკისრება მედიაპედაგოგიკას, რომლის დახმარებით, შესაძლებელია, სასწავლო პროცესში იმ ერთი შეხედვით „მცირე ნაკლოვანების“ აღმოფხვრა, რასაც სხვაგვარად ტექნოლოგიურ პროგრესსაც უწოდებენ. ანუ კომპიუტერის, ინტერნეტის, პროექტორის და სხვა მედიასაშუალებების სწორმა და მიზნობრივმა გამოყენებამ სწავლება-აღზრდის პროცესს უნდა შეუწყოს ხელი და არა პირიქით. ამ მიმართებით, აღსანიშნავია 2009-2011 წლებში ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის მიერ მომზადებული გადაცემა „საბავშვო ამბები“, რომელიც მიზნად ისახავდა ბავშვების მიერ ასევე ბავშვებისთვის განკუთვნილი საინფორმაციო საგანმანათლებლო პროგრამის მომზადებასა და ტრანსლირებას, სადაც ბავშვები სწავლობდნენ ინფორმაციის მოძიებას, დახარისხებას და აუდიტორიამდე მიტანას. ამავდროულად, საბავშვო გადაცემაში ბავშვები ირგებდნენ წამყვანების, რეპორტიორების, ჟურნალისტების როლებს და ეუფლებოდნენ ამ პროფესიის ადამიანებისთვის დამახასიათებელ უნარ-ჩვევებს.

მსგავსი გადაცემები საშუალებას აძლევს ბავშვებს, მოახდინონ საკუთარი აზრების ფორმულირება, გაუწიონ ორგანიზება გადაღებებს, იმუშაონ უფროსი თაობის ადამიანებთან და აითვისონ კომუნიკაციის უნარ-ჩვევები.

სწორად და მიზნობრივად გამოყენების შემთხვევაში, ტელეჟურნალისტიკა წარმოადგენს უძლიერეს აღმზრდელობით საშუალებას, რომელიც მოზარდებს აძლევს საშუალებას არა გვერდიდან ადევნონ თვალი მათ გარშემო მომხდარ მოვლენებს, არამედ შემოქმედებითად აღიქვან გარესამყარო, რადგან, როდესაც მოზარდი ხელთ იღებს ვიდეოკამერას, ის თავის თავს უსვამს კითხვას: რისთვის ან ვისთვის ვაკეთებ მე ამას, რისი თქმა მსურს და ა. შ. მის მიერ მომზადებული სიუჟეტი წარმოადგენს არა უბრალოდ ფერად ნახატს, ერთგვარ რეალობას, არამედ მოვლენას, მის მიერ შეგრძნებულს და განცდილს.

აქედან გამომდინარე, პედაგოგებმა უნდა მოამზადონ მოზარდები მედიასთან ურთიერთობისათვის, რათა შეძლონ იმ ინფორმაციისა და ისეთი ქცევის მოდელის შეფასება, რომლებსაც ამზადებენ და ავრცელებენ მასობრივი მედიასაშუალებები.

იმისათვის, რომ განვსაზღვროთ მედიისა და მედიაპროდუქტების საგანმანათლებლო დაწესებულებაში სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოყენების შესაძლებლობები, საშუალებები და თავისებურებები, აუცილებელია ვიცოდეთ, თუ რა სახის მასობრივი ინფორმაციისა და კომუნიკაციის საშუალებები არსებობს, როგორ განსხვავდებიან ისინი ერთმანეთისგან, რას ვგულისხმობთ „ელექტრონულ მედიაში“, რა ფუნქციები და თავისებურებები გააჩნიათ მათ აუდიტორიაზე ზემოქმედების პროცესში.

თუ თანამედროვე ელექტრონულ მედიასაშუალებებს განვიხილავთ მათი აღქმის საშუალებათა კლასიფიკაციის ჩარჩოებში, მაშინ, როგორც აღვნიშნეთ, მათ შორის იგულისხმება: რადიო, ტელევიზია (საკაბელო, სატელიტური), ვიდეო, ინტერნეტი, კომპიუტერული თამაშები.

ბოლო წლებში საგანმანათლებლო სისტემაში ხშირად გაისმის ცნებები: „ელექტრონული გამომცემლობები“, „ელექტრონული რესურსები“, რაც, ძირითადად, გულისხმობს ინფორმაციას, რომელიც განთავსებულია ელექტრონულ მატარებლებზე (CD, DVD, ვებგვერდები).

საგანმანათლებლო ელექტრონულ გამოცემებს, როგორც აღვნიშნეთ, მიეკუთვნება: სასწავლო, სამეცნიერო, საცნობარო, მხატვრული ელექტრონული გამოცემები.

მედიასაშუალებებს განვიხილავთ, როგორც საგანმანათლებლო დაწესებულებებისათვის განათლების ეფექტურობის ამაღლების საშუალებას, რომელიც პედაგოგებისგან მოითხოვს სასწავლო პროცესში მედიარესურსების გამოყენების მიზნებისა და ამოცანების განსაზღვრას.

ელექტრონული მედიასაშუალებების განხილვა საგანმანათლებლო ჭრილში ეფუძნება მედიაპროდუქტების კლასიფიკაციასა და სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მათი გამოყენების საშუალებების განსაზღვრას.

გამოიყოფა ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მედიარესურსების გამოყენების შემდეგი საშუალებები:

- ✓ ტრადიციული დავალებების სპეციალური ფორმით დამუშავების საშუალება;
- ✓ სწავლების დამხმარე საშუალება;
- ✓ კომუნიკაციის საშუალება (ხშირ შემთხვევაში, წარმოდგენილი ელექტრონული წერილების ან ვიდეოკონფერენციების სახით);
- ✓ სინამდვილის მოდელირების საშუალება.

თანამედროვე ელექტრონულ მედიასაშუალებებს შორის, სასკოლო ასაკის ბავშვებში ბოლო წლებში ყველაზე მეტად გავრცელებულია ინტერნეტი, რომლის გავრცელების არეალი და მომხმარებელთა რაოდენობა საქართველოში აქტიურად იზრდება.

„ცნობილია, რომ ბავშვები და მოზარდები ინტერნეტრესურსებს იყენებენ სხვადასხვა მიზნებისათვის. უპირველეს ყოვლისა, ინტერნეტრესურსებს გამოიყენებენ კომუნიკაციის საშუალებად, რადგანაც ამ ასაკში აქვთ თანატოლებთან ურთიერთობის მოთხოვნილება. მეორე მხრივ, ინტერნეტი იძლევა შესაძლებლობას, რომ მომხმარებლებმა (ამ შემთხვევაში – ბავშვებმა) მიიღონ ინფორმაცია, რომელიც მათ აინტერესებთ. მომხმარებლებს საკმაოდ მაღალი ნდობა აქვთ ინტერნეტსივრცეში არსებული ინფორმაციისადმი, რადგანაც ერთ კონკრეტულ საკითხზე ინტერნეტის გამოყენებით უდიდესი რაოდენობის მონაცემები იძებნება. თუ როგორ აღიქვამენ ბავშვები ინტერნეტში მოძიებულ ინფორმაციას, დამოკიდებულია იმაზე, რამდენად არიან გათვითცნობიერებულნი ამგვარი ინფორმაციის მიღების წესებზე და ფლობენ თუ არა შესაბამის უნარ-ჩვევებს“ (Якушина 1999:65-69).

„ინტერნეტსივრცეში არსებობს სპეციალური საბავშვო გვერდები, რომლებიც მოიცავენ სხვადასხვა სახის სასკოლო საგნებს, ელექტრონულ ლექსიკონებს, ენციკლოპედიებს და სხვა რესურსებს, რომლებიც ორიენტირებულია სწორედ სასკოლო აუდიტორიაზე“ (Федоров 2001). თუმცა ეს რესურსები იშვიათად გამოიყენება ზოგადსაგანმანათლებლო დაწესებულებებში. ელექტრონული მედიასაშუალებები, უმეტესწილად, იგნორირებულია პედაგოგების, მშობლებისა და საგანმანათლებლო დაწესებულებების ადმინისტრაციების მიერ.

„სპეციალიზებული საგანმანათლებლო ვებგვერდების შესწავლამ ცხადყო, რომ მათი შემქმნელები არ ითვალისწინებენ ბავშვების, უპირველესად, უმცროსი სასკოლო ასაკის მოსწავლეების ფსიქოლოგიურ თავისებურებებს. ამ ასაკის ბავშვებისთვის თითქმის არ არსებობს არც ერთი საგანმანათლებლო ვებგვერდი, მიუხედავად იმისა, რომ სწორედ ამ ასაკის ბავშვებს ამოდრავებს განსაკუთრებული სურვილი – მიიღონ ინფორმაცია ინტერნეტის საშუალებით“ (Канаво 2004:186).

„ბავშვებს სჭირდებათ კომპლექსური, პროფესიონალური მხარდაჭერა და სწავლება უპირველეს ყოვლისა პედაგოგების მხრიდან, რათა დაეუფლონ ინტერნეტრესურსების უფრო შემოქმედებით, მიზნობრივად, სარგებლიანად გამოყენების უნარ-ჩვევებს, რაც ხელს შეუწყობს მათ ჩართულობას ონლაინკონფერენციებში, დისტანციურ საგანმანათლებლო პროექტებში, ასწავლის საჭირო ინფორმაციის ადვილად მოძიებას, მიღებული ინფორმაციის კრიტიკულ ანალიზს, საკუთარი ვებგვერდების შექმნას და ა. შ. მნიშვნელოვანია, ბავშვებს გავაგებინოთ კომპიუტერისა და ინტერნეტის სწორად, რაციონალურად (ყოველგვარი უარყოფითი ზეგავლენის გარეშე) გამოყენება“ (Мантуленко 2006:32).

ამასთან, ახალ ინფორმაციულ ტექნოლოგიებს გააჩნიათ უდიდესი დიაპაზონი სასწავლო პროცესისა და სრულიად საგანმანათლებლო სისტემის სრულყოფისათვის. ერთ-ერთ დიდაქტიკურ საშუალებად, რომელსაც ახასიათებს მნიშვნელოვანი საგანმანათლებლო პოტენციალი, მიიჩნევა „მულტიმედია“.

„მულტიმედია“ წარმოადგენს მრავალკომპონენტურ სივრცეს (გარემოს), რომელიც იძლევა ტექსტის, გრაფიკის, ვიდეოსა და მულტიპლიკაციის დიალოგის რეჟიმში გამოყენების შესაძლებლობას და ამგვარად აფართოებს კომპიუტერის გამოყენების შესაძლებლობებს სასწავლო პროცესში. გამოსახულებითი კომპონენტი

და კრიტიკული აზროვნება, ამ შემთხვევაში, ეხმარება მოსწავლეს სრულყოფილად აღიქვას წარმოდგენილი მასალა. ჩნდება შესაძლებლობა თეორიული და დემონსტრაციული მასალების ერთობლივად გამოყენებისა (Захарова 2003:186).

„60-იანი წლებიდან მოყოლებული, აშშ-ის, კანადის, დასავლეთ ევროპის, ავსტრალიის, იაპონიის, რუსეთისა და რიგი ქვეყნების სამეცნიერო ცენტრებში და სასწავლებლებში შეიქმნა სპეციალური მედიასაგანმანათლებლო პროგრამები.

სხვადასხვა ქვეყანაში მიღებულია საგანმანათლებლო ინფორმაციული ტექნოლოგიების შემდეგი კლასიფიკაცია:

- ✓ კომპიუტერული პროგრამების სწავლება;
- ✓ სწავლება კომპიუტერის საშუალებით;
- ✓ შეფასება კომპიუტერის საშუალებით;
- ✓ კომპიუტერული კომუნიკაციების გამოყენება სასწავლო პროცესში“ (Захарова

2003:192).

„მოსწავლეების ყურადღების თავისებურებების კვლევამ გაკვეთილებზე, სადაც იყო გამოყენებული მულტიმედიური საშუალებები – გამოავლინა მოსწავლეთა არა მხოლოდ გარეგანი აქტიურობა, არამედ შინაგანიც, რომელიც ეფუძნება ცნობისმოყვარეობასა და ინტერესს“ (Егорова 1999:170).

მკვლევარი ი. ნ. ეგოროვა აღნიშნავს: „მულტიმედიის გამოყენება ხელს უწყობს სწავლების ეფექტურობის ამაღლებას შემდეგი ფაქტორებით:

✓ ცოდნის შეთვისება ხდება არა „გეგმიურად“, არამედ მოსწავლის სურვილისამებრ;

✓ მულტიმედიური საშუალებები მოსწავლეებში იწვევს სიხარულს, რომელიც, თავის მხრივ, მასტიმულირებელ როლს თამაშობს შესასწავლი საგნისადმი განწყობის ამაღლებაში;

✓ ჩნდება საკუთარი თავის შეფასების შესაძლებლობა სხვა მოსწავლეების აქტივობის ფონზე;

✓ ყალიბდება საკუთარი თავის შეფასების ობიექტური კრიტერიუმები: იმარჯვებს ის, ვინც ბევრი იცის და ძალუმს საკუთარი ცოდნის გამოყენება;

✓ იქმნება თანამშრომლობისა და ჯანსაღი კონკურენციის ატმოსფერო;

✓ მოსწავლეები ცდილობენ დამოუკიდებლად გაართვან თავი სირთულეებს;



✓ იქმნება საგანთაშორისი კავშირების გამოყენების რეალური შესაძლებლობა“ (Егорова 1995:101).

სასწავლო პროცესში მულტიმედიის ეფექტური გამოყენების პირობას წარმოადგენს შემდეგი კრიტერიუმები (Клемешова 1999):

✓ გაკვეთილების, მეცადინეობების დაგეგმვა მულტიმედიურ საშუალებათა დიდაქტიკური შესაძლებლობების გათვალისწინებით;

✓ ოპტიმალური, პედაგოგიური – მულტიმედიური პროგრამების შერჩევა მეცადინეობების მიზნების, სტუდენტების მომზადების დონისა და შესასწავლი მასალის თავისებურებების გათვალისწინებით;

✓ მულტიმედიური ტექნოლოგიების გამოყენების პროცესში ზოგადსამეცნიერო და დიდაქტიკური წესების დაცვა.

ნიმუშისთვის, განვიხილოთ უცხო ენის (ინგლისური ენა) მაგალითზე სასწავლო პროცესში მედიარესურსების (ფოტოგრაფია, კინო, ტელევიზია, ინტერნეტი და ა. შ.) გამოყენების შესაძლებლობები და მეთოდები.

უცხო ენის სწავლების მიზანია მსმენელებისათვის არა მხოლოდ იმ უნარ-ჩვევების განვითარება, რომლებიც მათ დაეხმარებათ გრამატიკული და ლექსიკური დავალებების შესრულებაში ან ტესტირების წარმატებით ჩაბარებაში, არამედ მეტყველების, სმენითი და წერითი უნარ-ჩვევების გამომუშავება.

სწავლის პროცესში ტრადიციულ საშუალებას წარმოადგენს სახელმძღვანელო, აუდიოჩანაწერები, რასაც ბოლო წლებში ემატება მედიარესურსები.

სწავლების მეთოდების შერჩევისა და გამოყენებისათვის საყრდენ საფუძველს წარმოადგენს პედაგოგიური, მეთოდური, წყაროების რეკომენდაციები, რჩევები და მოწინავე პედაგოგიური და საცდელი მუშაობით შემოწმებული პირადი გამოცდილება.

ჩამოვაყალიბეთ მედიარესურსების გამოყენებით ეფექტური შედეგის მისაღწევად სწავლება/სწავლის მეთოდების შერჩევის პრინციპები:

- სასწავლო მიზანთან შესაბამისობა;
- არსებული მედიარესურსების კატალოგის შედგენა;
- რიდერით სარგებლობა;
- აქტივობების, მიღწეული შედეგების შეფასების შესაძლებლობა.

კვლევის პროცესში, ინგლისური ენის სწავლებისას, მედიარესურსების გამოყენებით ჩავატარეთ საცდელი გაკვეთილები. წარმოვადგენთ ნიმუშებს.

საცდელი გაკვეთილები ჩატარდა ქ. ბათუმში, „პროფესიული საგანმანათლებლო ცენტრი NEO“-ს მოსწავლეებთან, სასწავლებლის ადმინისტრაციის და მსმენელების წინასწარი თანხმობის საფუძველზე.

მეცადინეობა ჩატარდა ღია კარის წესით. დაესწრო ყველა მსურველი: ინგლისური ენის მასწავლებლები, მშობლები, ადმინისტრაცია.

მეცადინეობებში მონაწილეთა რაოდენობა - 18.

მსმენელთა ასაკი: 15-16 წელი.

მეცადინეობების ჩატარების პერიოდი: ნოემბერი, 2011 წელი.

გაკვეთილის მიზანი: უცხოური ენის სწავლება/სწავლის მიმართულება – „მეტყველება“.

საცდელი გაკვეთილები ჩატარდა ხუთ ნაწილად.

მეცადინეობების პროცესში გამოყენებულ იქნა ისეთი მედიარესურსები, როგორცაა: ფოტოგრაფია, ტელევიზია, რეკლამა, კინო, ინტერნეტი.

პირველი მეცადინეობის თემა: ვინ ვარ მე? (Who am I?)

მოცემული დავალების შესასრულებლად, მოსწავლეებს წინასწარ ეთხოვათ მოეტანათ ორი ფოტოსურათი (ერთი – თავისი ბავშვობის, მეორე – რომელიმე მათთვის ნაცნობი ადამიანისა). პირველ შემთხვევაში, მოსწავლეთა მიერ წარმოდგენილი ბავშვობისდროინდელი სურათები მოთავსდა მაგიდაზე და ერთმანეთში აირია, შემდეგ კი ეთხოვათ შეერჩიათ რომელიმე სურათი (არა საკუთარი). თითოეული ბავშვი ინგლისურ ენაზე აღწერდა სურათზე აღბეჭდილ ბავშვს, ხოლო ჯგუფი ცდილობდა გამოეცნო ბავშვის ვინაობა.

მეორე სურათის განხილვა მოხდა ჯგუფებში. ამ მიზნით, შეიქმნა სამი ჯგუფი, თითოეული შედგებოდა 3-4 წევრისგან. ჯგუფის მიერ შერჩეული ერთი ფოტო გადაეცა სხვა ჯგუფს (მაგალითად: ჯგუფი A გადასცემს თავის სურათს ჯგუფ B-ს, ჯგუფი B - ჯგუფ C-ს, ჯგუფი C - ჯგუფ A-ს). თითოეული ჯგუფი ცდილობდა გამოეცნო სურათზე გამოსახული ადამიანის ვინაობა, როგორი ხასიათისაა, რა საქმიანობითაა დაკავებული, რა განწყობა ჰქონდა სურათის გადაღების მომენტში, ასახელებდნენ მისთვის დამახასიათებელ თვისებებს, ჰობის და ა. შ. მას შემდეგ, რაც

თითოეული ჯგუფი წარმოადგენდა ინფორმაციას, ფოტოს „ავტორები“ ყვებოდნენ თავიანთ „ვერსიას“.

**მეორე მეცადინეობის** შემთხვევაში, შესასწავლი ობიექტი იყო ფილმი. აღნიშნული მედიატექსტის მიზანს წარმოადგენდა ბავშვებში კინოფილმის მხატვრული, ტექნიკური და კომერციული ასპექტების ანალიზისთვის საჭირო უნარ-ჩვევების გამომუშავება, რაც ხელს უწყობს მოსწავლეებსა და სტუდენტებში კრიტიკული აზროვნების განვითარებას.

მეცადინეობის მედიაარესურსად გამოვიყენეთ ფილმის საინფორმაციო ბროშურა, რომელიც მათ ადრე არ უნახავთ. საინფორმაციო ბროშურის დემონსტრირების შემდეგ იმართებოდა დისკუსია შემდეგი საკითხების ირგვლივ:

✓ რას ხედავთ საინფორმაციო ბროშურაზე (მოსწავლეებმა უნდა აღნიშნონ ყველა საგანი, რაც გამოსახულია ბროშურაზე, ყველაზე თვალშისაცემი გამოსახულებიდან დაწყებული, ყველაზე ნაკლებად შესამჩნევი გამოსახულების ჩათვლით);

✓ გამოსახულების გარდა, დატანილია თუ არა ბროშურაზე რაიმე ტექსტი?

✓ აღწერეთ ფერები და სინათლის ზემოქმედება, რომელი გამოსახულებაა ყველაზე მეტად მოქცეული განათების ქვეშ? არის თუ არა დანარჩენი გამოსახულებები ნორმალური და მკაფიოდ გამოხატული? რომელი ფერები დომინირებს ბროშურაზე?

✓ რა ჟანრისაა მოცემული ფილმი?

✓ რის შესახებაა ფილმი?

✓ რა კავშირი აქვთ ბროშურაზე გამოსახულ პერსონაჟებს?

✓ აღძრავს თუ არა მოცემული ბროშურა თქვენში ფილმის ნახვის სურვილს?

განხილვის შემდეგ, მოსწავლეები დავეყავით სამ ჯგუფად და ვთხოვეთ შეექმნათ თავიანთი ორიგინალური ფილმის ბროშურა, შემდეგ კი მოეხდინათ პრეზენტაცია.

დავალების დასაწყისში, მოსწავლეები ოთხი წუთის განმავლობაში ისმენდნენ ფილმის მელოდიას, მაგრამ ვერ ხედავდნენ გამოსახულებას ეკრანზე. მელოდიის მოსმენის შემდეგ, მათ უნდა გამოეცნოთ, თუ რა ჟანრისა და შინაარსის იყო მათთვის შეთავაზებული ფილმი. ამის შემდეგ, მოსწავლეებს მიეცათ საშუალება ენახათ ეკრანზე გამოსახულება, რომელსაც თან ახლდა მათ მიერ მოსმენილი მელოდია, რის შემდეგ ვკითხეთ მოსწავლეებს, აეხსნათ, თუ რა ნახეს, ვინ შეიძლება იყოს მთავარი

გმირი და რა შეიძლება მოხდეს ფილმის ფინალურ ნაწილში. დავალების შესრულების ბოლო ეტაპზე მოსწავლეებმა ნახეს ხუთწუთიანი კოლაჟი გამოსახულებისა, მუსიკალურ გაფორმებასთან ერთად. მეცადინეობის დასრულების შემდეგ გაიმართა დისკუსია (ინგლისურ ენაზე).

**მესამე მეცადინეობის** თემა ეხებოდა ტელევიზიას.

მოცემული დავალების შესრულების დროს, მოსწავლეები დავყავით ჯგუფებად და ვთხოვეთ ჯგუფებში ინგლისურ ენაზე განეხილათ თავიანთი საყვარელი სატელევიზიო გადაცემები. ამის შემდეგ, თითო წევრს თითოეული ჯგუფიდან, ვთხოვეთ დაფაზე ჩამოეწერათ და მოკლედ განემარტათ მათი ჯგუფისთვის ყველაზე პოპულარული სამი სატელევიზიო გადაცემა. სტანდარტულ პასუხთან ერთად: „მომწონს იმიტომ, რომ საინტერესოა“, ჯგუფებს ვთხოვეთ ყურადღება გაემახვილებინათ ისეთ მახასიათებლებზე, როგორცაა ტრანსლირების დრო, პერსონაჟები, მთავარი გმირები, სპეცეფექტები და ა. შ. ამ მინიშნებების შემდეგ, ჯგუფის წევრების მიერ წარმოდგენილი პრეზენტაციები ძალიან საინტერესო და სიღრმისეული გამოვიდა.

ჯგუფების მიერ დავალებების შესრულების შემდეგ, განვიხილეთ საქართველოში, ქართულ ტელევიზიებში არსებული გადაცემები.

მეცადინეობის მეორე ნაწილში მოსწავლეები დავყავით ორ ჯგუფად და ვთხოვეთ წარმოედგინათ საკუთარი თავი სცენარისტებად და დაეწერათ ახალი სატელევიზიო გადაცემები (გადაცემების ჟანრს თავად ჯგუფები წყვეტდნენ). დავალების მიხედვით, ჯგუფებს უნდა მოეფიქრებინათ გადაცემის სათაური, მთავარი შემსრულებლები, დრო, ადგილი, დეკორაციები, კოსტიუმები, ტრანსლირების დრო, ტელეკომპანია, რომელშიც უჩვენებდნენ მოცემულ გადაცემას, შესაძლო აუდიტორიის ანალიზს და პირველი ეპიზოდის შინაარსს.

თითოეულმა ჯგუფმა პრეზენტაციის ფორმატში, ინგლისურ ენაზე წარმოადგინა თავისი ნამუშევარი.

**მეოთხე გაკვეთილის** თემას წარმოადგენდა რეკლამა და მისი მახასიათებლები.

გაკვეთილის შესავალ ეტაპზე მსმენელებს დავუსვით შეკითხვა მათი პირადი გამოცდილების შესახებ რეკლამის მიმართ, ატარებდა თუ არა ეს გამოცდილება

ინტენსიურ ხასიათს და ძირითადად რა სახის რეკლამებს ხვდებოდნენ (ბეჭდური, სატელევიზიო, რადიორეკლამა, ბილბორდები და ა. შ.).

აუდიტორიისგან მიღებული ინფორმაციის მოკლე ანალიზის შემდეგ აუდიტორია დავყავით პატარა ჯგუფებად და ვთხოვეთ შეემუშავებინათ რეკლამის განმარტება. ჯგუფების მიერ შემუშავებული განმარტებები შევადარეთ ლექსიკონში მოცემულ განმარტებას.

ამის შემდეგ ჯგუფებს დავურიგეთ ჟურნალიდან ამოღებული რეკლამის ასლები და ვთხოვეთ მისი განხილვა. დავალება: „ყურადღება მიაქციეთ, პირველ რიგში რა მოგხვდათ თვალში, მოცემული რეკლამა გადმოცემული იყო ტექსტობრივად, თუ ვიზუალურად?“ შემდეგ, ჯგუფებს ვთხოვეთ დაეთვალიერებინათ რეკლამის ასლი კიდევ ერთხელ, დეტალურად შეესწავლათ და პასუხი გაეცათ შემდეგ კითხვებზე:

- ✓ რა წარმოადგენდა სარეკლამო პროდუქციას?
- ✓ რეკლამაში მხოლოდ კონკრეტული სარეკლამო პროდუქცია იყო გადმოცემული, თუ სხვა საგნებთან ერთად?
- ✓ რა დამახასიათებელი თვისებები გააჩნია პროდუქციას რეკლამის მიხედვით?
- ✓ ვინ არის პოტენციური მყიდველი? რა ასაკის და სოციალური სტატუსის მქონე ქალი, მამაკაცი?
- ✓ ვინ წარმოადგენდა მოცემული რეკლამის მიზნობრივ აუდიტორიას?
- ✓ სავარაუდოდ, რომელ გაზეთში ან ჟურნალში იქნებოდა ის განთავსებული? განხილვის შემდეგ, ჯგუფებს ვთხოვეთ მათ მიერ შერჩეული პროდუქციის შესახებ მოეფიქრებინათ რეკლამა.

ჯგუფებმა მოახდინეს მათ მიერ მომზადებული პროდუქციის პრეზენტაცია.

**მეხუთე გაკვეთილის თემას წარმოადგენდა ინტერნეტი.**

გაკვეთილის შესავალ ნაწილში მსმენელებს დაესვათ შემდეგი კითხვები:

- ✓ რამდენად ხშირად იყენებთ ინტერნეტს?
- ✓ გაქვთ თუ არა კომპიუტერი სახლში?
- ✓ ძირითადად, რა მიზნებისთვის იყენებთ ინტერნეტს?
- ✓ რა იცით ინტერნეტის შესახებ? ჩამოთვალეთ მაგალითები, რისი პოვნაა შესაძლებელი ინტერნეტში?

✓ რა უპირატესობით გამოირჩევა ინტერნეტი ისეთ წყაროებთან შედარებით, როგორცაა ჟურნალები, გაზეთები?

✓ რა უარყოფითი მხარეები გააჩნია ინტერნეტს (ინფორმაციის სანდოობა, სისწორე და ა. შ.).

აუდიტორია დავყავით სამ ჯგუფად, რომელთაც დავურიგეთ წინასწარ მომზადებული ბარათები, წარწერებით: „მეცნიერი“, „სპორტსმენი“, „წამყვანი“, „პოლიტიკოსი“, „მუსიკოსი“. ბარათები ჯგუფებს გადავეცით იმგვარი პროცედურით, რომ ჯგუფებს არ ენახათ სხვა ჯგუფის ბარათი.

ჯგუფებს ვთხოვეთ ეფიქრათ მათ ხელთ არსებული კატეგორიიდან რომელიმე ცნობილ ადამიანზე და ამის მიხედვით განეხორციელებინათ ინტერნეტში (საკლასო ოთახი აღჭურვილი იყო ინტერნეტთან მიერთებული კომპიუტერებით) ამ ადამიანის შესახებ. ძიების პროცესში უნდა გაეკეთებინათ მოპოვებული ინფორმაციის ჩანაწერები და მოძიებული ინფორმაცია გადაემოწმებინათ სხვა ვებგვერდებზე.

მას შემდეგ, რაც ჯგუფებმა დაასრულეს ძიების პროცესი, ვთხოვეთ დაეწერათ მოკლე ინფორმაცია მათ მიერ შერჩეული ადამიანის შესახებ, პირველ პირში - ავტობიოგრაფიის სახით, სახელისა და გვარის ხსენების გარეშე. დავალების შესრულების შემდეგ, ჯგუფებს ვთხოვეთ შემუშავებული ტექსტების გაცნობა სხვებისთვის, ვინაობის გამოცნობის მიზნით. პრეზენტაციების შემდეგ გაიმართა დისკუსია.

ამრიგად, ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მედიარესურსების გამოყენების შემდეგი საშუალებებია:

- ტრადიციული დავალებების სპეციალური ფორმით დამუშავების საშუალება;
- სწავლების დამხმარე საშუალება;
- კომუნიკაციის საშუალება (ხშირ შემთხვევაში წარმოდგენილი ელექტრონული წერილების, ან ვიდეოკონფერენციების სახით);
- სინამდვილის მოდელირების საშუალება.

მედიარესურსების გამოყენებით სწავლება/სწავლის ეფექტიანი შედეგების მისაღწევად სწავლება/სწავლის მეთოდების შერჩევის პრინციპებია:

- სასწავლო მიზანთან შესაბამისობა;

- არსებული მედიარესურსების კატალოგის შედგენა;
- რიდერით სარგებლობა;
- აქტივობების, მიღწეული შედეგების შეფასების შესაძლებლობა.

რეკომენდაციის სახით, წარმოვადგენთ სხვადასხვა ქვეანაში აპრობირებულ საგანმანათლებლო ინფორმაციული ტექნოლოგიების შემდეგ კლასიფიკაციას:

- კომპიუტერული პროგრამების სწავლება;
- სწავლება კომპიუტერის საშუალებით;
- შეფასება კომპიუტერის საშუალებით;
- კომპიუტერული კომუნიკაციების გამოყენება სასწავლო პროცესში.

სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოსადეგი მეთოდებიდან ყველაზე ხშირი საჭიროება აქვს ინფორმაციის მოძიების, დახარისხებისა და გამოყენების მეთოდს.

## § 1.2. ინფორმაციის შერჩევის პრინციპები

თანამედროვე სკოლის მოსწავლეები წარმოადგენენ სხვადასხვა სახის მედიასაშუალებების აქტიურ მომხმარებლებს. კვლევების მიხედვით, სატელევიზიო გადაცემებისა და კომპიუტერის მოხმარებაზე დახარჯული დრო უკვე მიუახლოვდა და ზოგჯერ აღემატება კიდევ ბავშვის მიერ სკოლაში გატარებულ დროს (Цымбаленко 1998:45)

ინფორმაციას, რომელსაც მოსწავლეები ღებულობენ მედიაწყაროებიდან, სასწავლო რესურსებისგან განსხვავებით, გააჩნია რიგი უპირატესობები: ის ემოციურადაა შეფერადებული, აქტუალურია, გასაგებია ბავშვებისა და მოზარდებისათვის; მნიშვნელოვანია ის გარემოებაც, რომ ამგვარი ინფორმაციის წარდგენა მოსწავლეს არ მოეთხოვება, განსხვავებით საგანმანათლებლო ინფორმაციისგან, რომელიც მას მასწავლებელმა გადასცა, ან სახელმძღვანელოშია დაფიქსირებული. ყოველივე აღნიშნულის გამო, მედია სულ უფრო მიმზიდველი ხდება მოსწავლეებისა და სტუდენტებისათვის.

სწორედ ამ პრობლემის დაძლევის მიზნით შეიქმნა მე-20 საუკუნის 60-იან წლებში მსოფლიოს ბევრ წამყვან ქვეყანაში პედაგოგიკური მეცნიერების

სპეციფიკური დარგი - მედიაპედაგოგიკა (მედიაგანათლება), რომლის მთავარ მიზანს წარმოადგენს მოსწავლეთა, სტუდენტთა დახმარება მედიაკულტურის სამყაროში უკეთ ადაპტაციაში.

მედიაპედაგოგიკის (მედიაგანათლების) სპეციფიკურ მიზნებსა და ამოცანებს სხვადასხვა ქვეყანაში მოღვაწე მეცნიერები სხვადასხვაგვარ ფორმულირებას აძლევენ, ფართო გაგებით კი, ზემოთ აღნიშნული მიმდინარეობა სწავლობს მედიასაშუალებების ურთიერთკავშირს ადამიანთა განათლებასა და აღზრდის პროცესებთან.

მედიასაშუალებების ტრადიციულ სასკოლო კურსებში ინტეგრირების დროს არანაკლებ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს არასასკოლო ინფორმაცია, რომლის წყაროს წარმოადგენს:

✓ ბეჭდური მედიასაშუალებები (წიგნები, ჟურნალ-გაზეთები);

✓ ელექტრონული მედიასაშუალებები (რადიო, ტელევიზია, ვიდეო, კომპიუტერული ქსელები, კომპიუტერული თამაშები, ინტერნეტი და ა. შ.).

არასასკოლო ინფორმაცია შეიძლება იყოს გამოყენებული საგანმანათლებლო მიზნებისათვის, რადგან ის აფართოებს მოსწავლეთა წარმოდგენებს გარშემო სამყაროსა და იმ პროცესების შესახებ, რომლებიც მასში მიმდინარეობს (Журин 1998).

გამოყოფენ საგანმანათლებლო პროცესში ტექნიკური საშუალებების გამოყენების ზოგიერთ თავისებურებას, რომლებიც შემდეგი თვისებებით განისაზღვრება:

✓ ინტერაქტიულობა (ურთიერთკავშირი);

✓ მულტიმედიურობა: საგნებისა და მოვლენების აღწერა არა ტრადიციული, ტექსტუალური ფორმით, არამედ ფოტოს, ვიდეოს, გრაფიკის, ანიმაციის, ხმის საშუალებით;

✓ მოდელირების შესაძლებლობა: უპირველესად, რეალური საგნებისა და მოვლენების მოდელირება მათი შესწავლის მიზნით;

✓ კომუნიკაციურობა: უშუალო ურთიერთობის შესაძლებლობა, ინფორმაციის ოპერატიულად წარდგენა, პროცესის კონტროლი, რაც მიიღწევა კომპიუტერის გლობალურ და ლოკალურ ქსელებში ჩართვით, ინტერნეტის საშუალებით;

ჩავატარეთ კვლევა.

**კვლევის მიზანი:** ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლის მოსწავლეების მიერ ინფორმაციის მიღების წყაროების დადგენა.



**კვლევის მონაწილეები:** ბათუმში, თბილისში, ქობულეთში და ხელვაჩაურში მცხოვრები 160 სკოლის მოსწავლე (ასაკი – 12-17 წლამდე).

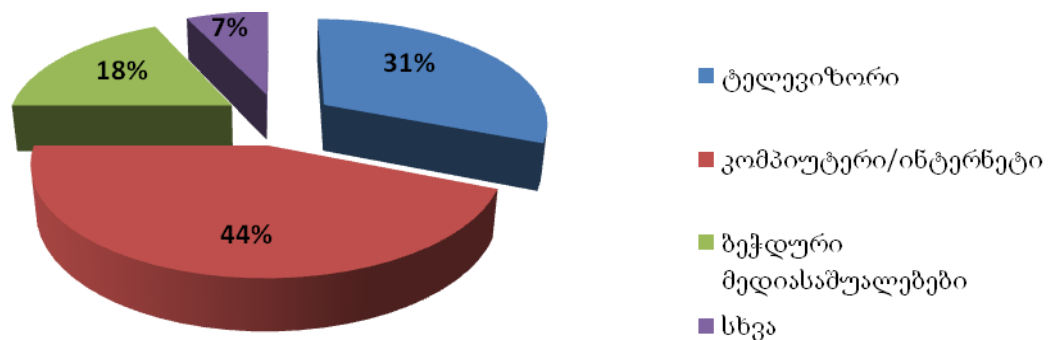
**კვლევის მეთოდი:** ანკეტირება, კვლევის შედეგების ანალიზი.

**კვლევის ჩატარების დრო:** 2012 წლის თებერვალი-მარტი.

**კვლევის პროცედურა:** წინასწარ შემუშავებული კითხვარი გაეცნო სოციოლოგებს, ფსიქოლოგებს. მათი შენიშვნებისა და წინადადებების საფუძველზე, შედგა კითხვარის საბოლოო ვარიანტი.

კვლევის შედეგები დამუშავდა სპეციალური კომპიუტერული პროგრამით:

კითხვა სკოლის მოსწავლეებს: ინფორმაციის რა სახის წყაროებს იყენებთ ძირითადად სასწავლო პროცესში?



როგორც კვლევის შედეგებიდან ჩანს, სასწავლო პროცესში მოსწავლეთა 44% იყენებს კომპიუტერს/ინტერნეტს, 31% – ტელევიზორს, 18% – ბეჭდურ მედიასაშუალებებს, ხოლო მოსწავლეთა 7%-მა დაასახელა სხვა რესურსები (რადიო, ბიბლიოთეკა, ტელეფონი).

მიუხედავად იმისა, რომ მედიასაშუალებები საკმაოდ მრავალფეროვანია, შეიძლება გარკვეული პრინციპების გამოყოფა მედიასაშუალებებით მოწოდებული სხვადასხვა ინფორმაციის შერჩევის დროს, რომლის გამოყენება მიზანშეწონილი იქნება გაკვეთილზე.

მედიაპედაგოგები და მეცნიერები გამოყოფენ ინფორმაციის შერჩევის შემდეგ პრინციპებს:

- ✓ თვალსაჩინოების პრინციპი;

- ✓ სამეცნიერო პრინციპი;
- ✓ აქტუალობის პრინციპი;
- ✓ სისტემატურობის პრინციპი;
- ✓ მისაწვდომობის პრინციპი;
- ✓ გადაჭარბებულობის პრინციპი;
- ✓ კომპლემენტარულობის პრინციპი;
- ✓ იზომორფიზმის პრინციპი;

**თვალსაჩინოების პრინციპი**, რომელიც პირველად იქნა გამოყენებული იან ამოს კომენსკის „დიდ დიდაქტიკაში“, საუკუნეების განმავლობაში წარმოადგენდა მეთოდისტებისა და დიდაქტიკოსების უმთავრეს პრობლემას. კომენსკის ეპოქაში ადამიანის მთელი სამყარო მოქცეული იყო მის გრძნობებში, ანუ სამყაროს აღქმა ხდებოდა გრძნობების საშუალებით; დღეს კი, პირიქით, გაცილებით უფრო მნიშვნელოვანია სწავლების პროცესში თვალსაჩინოდ ვაქციოთ ის, რასაც ვერავითარი გრძნობით ვერ აღიქვამს ადამიანი, კერძოდ: მიკრო- და მეგასამყაროს ობიექტები და მოვლენები, აბსტრაქტული განზომილებები და ა. შ. ამ კონტექსტში კი თანამედროვე მედიასაშუალებების შესაძლებლობების გამოყენება საკმაოდ სასარგებლოა.

**მეცნიერულობის პრინციპი** დიდაქტიკაში მოხსენიებულია, როგორც შესაბამისობა მოსწავლეთათვის მიწოდებულ ინფორმაციასა და თანამედროვე მეცნიერებაში დაგროვილ ცოდნას შორის.

„სწავლებაში მეცნიერულობა მიიღწევა, პირველ რიგში, გავრცელებული ინფორმაციის ჭეშმარიტების ხარჯზე, მათი სწორი რაკურსით ჩვენებასა და შესაბამისი, სწორი დასკვნების მიღების საფუძველზე. თავიდანვე მცდარი ინფორმაციის გავრცელება, შესასწავლი საგნების აღქმის/გამარტივების მიზნით, ყოვლად დაუშვებელია“ (Кирюшкин 1958:25).

მედიაგანათლებასთან მიმართებაში, მეცნიერულობის პრინციპის ამგვარი განსაზღვრება „ანადგურებს“ თვით კრიტიკული აზროვნების ფორმირების იდეას. დაუშვებელია კრიტიკული აზროვნების დაყვანა მიღებულ ინფორმაციაში უბრალოდ შეცდომების ძიების დონემდე, რადგან მისი ცნება გაცილებით უფრო ფართო არეალს მოიცავს. ამავდროულად, კრიტიკული აზროვნების ფორმირება შეუძლებელია

მხოლოდ ჭეშმარიტ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მცდარი და დაუზუსტებელი ცნობების მაგალითების შესწავლის საფუძველზე (Журин 1998).

თანამედროვე მედიასაშუალებები გადმოსცემენ უამრავ მეცნიერულად დაუდასტურებელ ინფორმაციას. მსგავსი მედიატექსტების საფუძველზე, შესაძლებელია მოსწავლეებში შემდეგი უნარ-ჩვევების განვითარება:

- ✓ ალტერნატიული თვალსაზრისის მიღება;
- ✓ შესაბამისი არგუმენტების წარმოდგენა;
- ✓ ინფორმაციის ტრანსფორმირება;

მეცნიერულ პრინციპზე დაყრდნობით, შესაძლებელია მედიასაშუალებების მიერ მოწოდებული ინფორმაციის შერჩევა შემდეგი კრიტერიუმების გამოყენებით:

- ✓ თუ ინფორმაცია არ ეწინააღმდეგება თანამედროვე მეცნიერულ შეხედულებებს;
- ✓ თუ ინფორმაცია შეიცავს უზუსტობებს, რომლებიც დიდაქტიკური დამუშავების შემდეგ არ გამოიწვევს მოსწავლის მიერ სამყაროს მცდარ აღქმას;
- ✓ თუ მედიატექსტი წარმოადგენს ისტორიულ დოკუმენტს, რომელიც ასახავს მეცნიერული ცოდნის განვითარების გზებს და მიეწოდება მოსწავლეებს, ინფორმაციის დიდაქტიკური დამუშავების შემდეგ.

**აქტუალურობის პრინციპი** განსაზღვრავს მუდმივად განვითარების რეჟიმში მყოფი ტექნოლოგიების კავშირს სასკოლო საგნებთან. ინტეგრირებული მედიაგანათლების ფარგლებში აქტუალურობის პრინციპი განსაზღვრავს დღევანდელობას, რეალობას, რომელსაც ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს თანამედროვე ეპოქისათვის, რაც პედაგოგისგან მოითხოვს ყველა იმ მედიატექსტის გაცნობას/შესწავლას, რაც გადმოიცემა მედიასაშუალებებით. მოსწავლეები განსაკუთრებულ ინტერესს იჩენენ სწორედ იმ სახის ინფორმაციის მიმართ, რომელიც დამახასიათებელია მათი ეპოქისათვის, მაგრამ ამ შემთხვევაშიც შეიძლება წავაწყდეთ გარკვეულ სირთულეებს, რადგან ხშირად „ახალი“ აქტუალური ინფორმაცია არ შეესაბამება სასწავლო ინფორმაციას, რომელიც გაკვეთილის დედაარსს წარმოადგენს; ეს იწვევს გარკვეულ კონფლიქტს მედიაინფორმაციასა და სასწავლო ინფორმაციას შორის, რომელსაც უფრო დიდი უპირატესობა მიენიჭება სასწავლო პროცესში. მედიასაშუალებებით გადმოცემული ინფორმაციის სწრაფი დაძველება ზღუდავს მათ

გამოყენებას გაკვეთილზე, რაც ქმნის ერთგვარ ბარიერს, რომელიც მოცემულ კონტექსტში განიხილება, როგორც მოსწავლეების მხრიდან ინტერესის დაკარგვა გარკვეული სახის ინფორმაციის მიმართ იმ დროის განმავლობაში, რომელიც გავიდა თავად ინფორმაციის გავრცელებისა და მისი სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში ჩართვის პერიოდში.

აქტუალობის პრინციპიდან გამომდინარე, სასწავლო პროცესში შეიძლება იყოს ჩართული ისეთი მედიატექსტები, რომელთა ფასეულობა არ არის დამოკიდებული მათი გავრცელების დროზე. კერძოდ:

✓ მედიის მიერ გავრცელებული ინფორმაცია მოიცავს იმ მოვლენებს, რომლებიც დროულია მოსწავლეთა სწავლების პერიოდისათვის, რომელიც მათ რეალობას ეხება და შესაბამის მღელვარებას იწვევს მათში (იდეალურ ვარიანტში, ეს მოვლენები უნდა მომდინარეობდეს იმ დროს, როცა მათ შესახებ ინფორმაცია მიეწოდება მოსწავლეებს);

✓ ინფორმაცია წარმოადგენს დოკუმენტურ ტექსტს, რომელიც აფართოებს მოსწავლეთა წარმოდგენებს შესასწავლ ენაზე, ან წარმოადგენს ისტორიულ ფასეულობას;

✓ მედიასაშუალებებით გავრცელებული ინფორმაცია წარმოადგენს კლასიკურ ტექსტს (მხატვრული ლიტერატურა, კინო, ფერწერა, სკულპტურა და ა. შ.), რომელიც ყველასათვის კარგად არის ნაცნობი;

✓ მედიასაშუალებებით გავრცელებული ინფორმაცია ატარებს მნიშვნელოვან აღმზრდელობით ხასიათს.

**სისტემატიურობის პრინციპი** გულისხმობს მედიასაშუალებებით გავრცელებული ინფორმაციის ე. წ. ბანკის შექმნას, რომელიც მოიცავს სასკოლო კურსის თემატიკასთან დაკავშირებულ, დამახასიათებელ, ხშირად განმეორებად ტექსტებს, ძველი ინფორმაციის ახლით ოპერატიულად შეცვლის საშუალებით. სისტემატიურობის პრინციპიდან გამომდინარე, მედიასაშუალებებით გავრცელებული ინფორმაცია შეიძლება გამოყენებულ იქნეს საგანმანათლებლო მიზნებით, თუკი ხორციელდება ქვემოთ ჩამოთვლილ პირობებს შორის ერთი მაინც:

✓ მედიანფორმაცია არ არღვევს სასკოლო კურსის სტრუქტურას;

✓ შესაძლებელია ინფორმაციის ხანგრძლივი პერიოდით მონაცემთა ბანკში შენახვა;

✓ მედიაინფორმაცია წარმოადგენს დოკუმენტურ ტექსტს, რომელიც აფართოებს მოსწავლეთა სამყაროს ხედვას, ან წარმოადგენს ისტორიულ ფასეულობას;

✓ მედიაინფორმაცია წარმოადგენს ყველასათვის კარგად ნაცნობ კლასიკურ ტექსტს.

**ხელმისაწვდომობის პრინციპი** წარმოადგენს სწავლების უმნიშვნელოვანეს პრინციპს. მედიასაშუალებებით გავრცელებულ ინფორმაციასთან მუშაობისას, მოსწავლეები, შესაძლოა, წააწყდნენ სირთულეებს, რომლებიც, პირველ რიგში, უკავშირდება ინფორმაციის შინაარსს, ხოლო მეორე მხრივ – მისი გადმოცემის სტილს.

პირველი სახის სირთულე უპირველესად უკავშირდება მოსწავლის მიერ სამყაროს აღქმას, რაშიც ვლინდება მოსწავლის პირადი დამოკიდებულება მიღებული ინფორმაციის მიმართ. ამ მხრივ გამოყოფენ სამ რადიკალურად განსხვავებულ შემთხვევას:

1. ინფორმაცია ვერ პოულობს შესაბამისობას მოსწავლის მიერ სამყაროს აღქმაში, ვერ უკავშირდება მას და, შესაბამისად, ცვლის ამ წარმოდგენებს. ამგვარი ინფორმაცია სუბიექტის მიერ აღიქმება, როგორც „გაუგებარი“;

2. ინფორმაცია ნაწილობრივ შეესაბამება მოსწავლის მიერ სამყაროს აღქმას და, შესაბამისად, ოდნავ ცვლის მას. მსგავსი ინფორმაცია აღიქმება, როგორც „ახალი“, „საინტერესო“;

3. ინფორმაცია სრულად შეესაბამება მოსწავლის მიერ სამყაროს აღქმას, მაშასადამე, სრულიად არ ცვლის მას. მსგავსი ინფორმაცია აღიქმება, როგორც „ბანალური“ ინფორმაცია;

ხელმისაწვდომობის პრინციპიდან გამომდინარე, მედიასაშუალებებით გავრცელებული ინფორმაცია შეიძლება იყოს გამოყენებული სასწავლო მიზნებისათვის, თუ:

✓ ის ოდნავ აღემატება მოსწავლის მიერ სამყაროს აღქმის ჩვეულებრივ პროცესს, რომელიც მას გააჩნია ინფორმაციის მიღების მომენტისთვის და რომლის წყალობითაც იგი უკვე აღარ აღიქმება, როგორც ბანალური;

✓ ინფორმაცია სრულად შეესაბამება მოსწავლის მიერ სამყაროს აღქმის პროცესს, მაგრამ გადმოსცემს მომხდარ ფაქტს ან მოვლენას ახალ, შესაძლოა, სრულიად განსხვავებულ რაკურსში;

✓ არსებობს ინფორმაციის დიდაქტიკური დამუშავების საშუალება (ტექსტის ადაპტირება), რომელიც ხსნის აღქმასთან დაკავშირებულ პრობლემებს.

ინფორმაციის შერჩევის სპეციფიკურ პრინციპს წარმოადგენს **გადაჭარბების** პრინციპი, რაც გულისხმობს იმას, რომ სწავლების რესურსი არ უნდა იყოს აღჭურვილი გადამეტებული ინფორმაციით, რომელიც აკავშირებს ერთ მოვლენას მეორესთან.

ამ პრინციპით, სასკოლო კურსისათვის შექმნილი მედიასაგანმანათლებლო საშუალებები მოსწავლეებში განავითარებენ ინფორმაციაში მთავარი იდეის, დაფარული აზრების გამოვლინების, ავტორის მსოფლმხედველობის გაგების, კომუნიკაციური მიზნების განსაზღვრის, ინფორმაციის ფორმის, შინაარსისა და დანიშნულების გარკვევის უნარ-ჩვევებს.

**კომპლემენტარულობის პრინციპი** განსაზღვრავს მედიატექსტის შინაარსის შესაბამისობას სასკოლო კურსის შინაარსთან მიმართებაში (Зазнобина 2000:178).

**იზომორფიზმის პრინციპი** აღნიშნავს მედიასაგანმანათლებლო საშუალებების მიერ მედიატექსტების სპეციფიკის სწორ წარმოდგენას, რომელიც განპირობებულია ამა თუ იმ მედიასაშუალების თავისებურებით (Зазнобина 2000:179).

ამრიგად, სასწავლო აღმზრდელობით პროცესში გამოსადეგი ინფორმაციის შერჩევის პრინციპებია:

- თვალსაჩინოების პრინციპი;
- სამეცნიერო პრინციპი;
- აქტუალობის პრინციპი;
- სისტემატურობის პრინციპი;
- მისაწვდომობის პრინციპი;
- გადაჭარბებულობის პრინციპი;
- კომპლემენტარულობის პრინციპი;
- იზომორფიზმის პრინციპი;

მედიატექსტების გამოყენების სანდოობის ხარისხის ამაღლებისათვის გასათვალისწინებელი რეკომენდაციებია:

ა) მოსწავლეებში შემდეგი უნარ-ჩვევების განვითარება:

- ალტერნატიული თვალსაზრისის მიღება;
- შესაბამისი არგუმენტების წარმოდგენა;
- ინფორმაციის ტრანსფორმირება;

მეცნიერულ პრინციპზე დაყრდნობით, შესაძლებელია მედიასაშუალებების მიერ მოწოდებული ინფორმაციის შერჩევა შემდეგი კრიტერიუმების გამოყენებით:

- თუ ინფორმაცია არ ეწინააღმდეგება თანამედროვე მეცნიერულ შეხედულებებს;
- თუ ინფორმაცია შეიცავს უზუსტობებს, რომლებიც დიდაქტიკური დამუშავების შემდეგ არ გამოიწვევს მოსწავლის მიერ სამყაროს მცდარ აღქმას;
- თუ მედიატექსტი წარმოადგენს ისტორიულ დოკუმენტს, რომელიც ასახავს მეცნიერული ცოდნის განვითარების გზებს და მიეწოდება მოსწავლეებს ინფორმაციის დიდაქტიკური დამუშავების შემდეგ.

ბ) მედიასაშუალებებით მოწოდებული ინფორმაციის შერჩევის კრიტერიუმებია:

- მედიასაშუალებები არ არღვევს სასკოლო კურსის სტრუქტურას;
- შესაძლებელია ინფორმაციის ხანგრძლივი პერიოდით მონაცემთა ბანკში შენახვა;
- მედიასაშუალებები წარმოადგენს დოკუმენტურ ტექსტს, რომელიც აფართოებს მოსწავლეთა სამყაროს ხედვას, ან წარმოადგენს ისტორიულ ფასეულობას;
- მედიასაშუალებები წარმოადგენს ყველასთვის კარგად ნაცნობ კლასიკურ ტექსტს.

## § 2. მედიასაშუალებების გამოყენებასთან დაკავშირებული ფსიქოლოგიური

### პრობლემები

მედიის საგანმანათლებლო პროცესში გამოყენების ფსიქოლოგიურ პრობლემებს განსაზღვრავს თანამედროვე მედიასაშუალებების სპეციფიკა, მათი საგანმანათლებლო პროცესში გამოყენების სფეროები, მოსწავლეების მიერ მედიაინფორმაციის აღქმის თავისებურებანი.

თანამედროვე საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები იძლევა საგანმანათლებლო პროცესის ინდივიდუალიზაციისა და აქტივაციის საშუალებას, თუნდაც ჯგუფური დასწავლის ფარგლებში, რომლის საფუძველს წარმოადგენს მასწავლებლის მიერ სასწავლო მასალის წარდგენა მოსწავლეებისათვის.

საგანმანათლებლო პროცესის ინფორმატიზაციასთან დაკავშირებული ფსიქოლოგიური პრობლემები საკმაოდ მრავალფეროვანია. მათ შორის გამოიყოფა: თავად მედიასაშუალებების ადგილის განსაზღვრა სასწავლო პროცესში, მასწავლებლის როლი საგანმანათლებლო სისტემების რეალიზაციის პირობებში, შემსწავლელი პირისა და მედიასაშუალებების ურთიერთობა.

განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მედიასაშუალებების გამოყენების ფსიქოლოგიური ასპექტების გათვალისწინება, საგანმანათლებლო სისტემების გარდაქმნისას თანამედროვე ინფორმაციული საზოგადოების მოთხოვნების გათვალისწინებით.

მედიასაშუალებების, როგორც სწავლების ერთ-ერთი საშუალების, უმნიშვნელოვანეს თავისებურებას წარმოადგენს მისი შესაძლებლობა – სახელდახელოდ წარმოადგინოს სხვადასხვა პროცესი, მოვლენა, ამბავი და ა.შ., რომელიც ხელს უწყობს აზროვნების აღქმითი კომპონენტის აქტიურ ჩართულობას, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სწავლების პერიოდში, მათ შორის, რიგი თეორიული საკითხების ახსნისა და აღქმის პროცესში.

მედიასაშუალებების გამოყენება მიმართულია სწავლების ინდივიდუალიზაციისაკენ ჯგუფური სამუშაოს პირობებში, ერთიანი სასწავლო-აღმზრდელობითი პროცესის ფარგლებში. ამ შემთხვევაში, მედიასაშუალებებს აკისრიათ როგორც სწავლების ობიექტის, ასევე, სწავლების საშუალებების როლი. სწავლების ინდივიდუალიზაციის პირობებში, თითოეული მოსწავლე ერთვება აქტიურ,



კონკრეტულად მისკენ მიმართულ საქმიანობაში. ამასთან, საგანმანათლებლო პროცესში ერთვება აზროვნების კომპონენტი, უფრო მკაფიოდ იკვეთება ცნობისმოყვარეობის დამაკმაყოფილებელი მოთხოვნილებები, რაც ვლინდება შემოქმედებითი აქტიურობის სტიმულირებაში.

ელექტრონული მედიასაშუალებები იძლევა სწავლების ოპტიმალური ტემპის შერჩევას, მასალის აღქმის პროცესის კონტროლისა და კორექციის საშუალებას, ამასთან, მუშაობის შედეგი ვლინდება უშუალოდ გაკვეთილზე და არა რამდენიმე დღის გასვლის შემდეგ. მოსწავლეს ეძლევა საშუალება, მოახდინოს მასალის აღქმის საკუთარი მეთოდებისა და გზების რეალიზება.

სწავლების ინდივიდუალიზაციის პროცესში, მნიშვნელოვანია სწავლების პიროვნებაზე ორიენტირებული პრინციპების გათვალისწინება, რაც გულისხმობს ინდივიდის, როგორც შემეცნებითი პროცესის აქტიური სუბიექტის, თვითშეფასების აღიარებას, მოსწავლის ცხოვრებისეულ გამოცდილებაზე დაყრდნობას, მოსწავლის თვითგანათლებისკენ, თვითგანვითარებისკენ სწრაფვას, მოსწავლის პიროვნების ინდივიდუალური ფსიქოფიზიოლოგიური თვისებების გათვალისწინებას, მისი კომუნიკაციური უნარ-ჩვევების განვითარებას.

მედიაარესურსებს ასევე მნიშვნელოვანი ფსიქოლოგიური მახასიათებლები გააჩნიათ: ისინი ავითარებენ მოსწავლეებში ყურადღებას, ნებისყოფას, ორგანიზებულობას. გრაფიკის საშუალებები, მუსიკალური ამონარიდები ხსნიან დამაბულობას, ამასთან, კომპიუტერთან მუშაობა ავითარებს საკუთარი საქმიანობის დაგეგმვის, გადაწყვეტილებების პასუხისმგებლობით მიღების უნარ-ჩვევებს.

თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების უცხოეთში განხორციელებული ფსიქო-პედაგოგიური კვლევები ცხადყოფს, რომ ელექტრონული მედიასაშუალებები, რომლებიც ღებულობენ მონაწილეობას ადამიანის ინტელექტუალური საქმიანობის სტრუქტურაში, გამოდიან პიროვნების ნაყოფიერი შემოქმედებითი ფუნქციების მასტიმულირებელი საშუალების როლში.

კომუნიკაციის ელექტრონული ფორმების გამოყენებას თან მოჰყვება ერთგვარი სიახლის ეფექტი, რომელიც ხელს უწყობს მასალის საინტერესო სახით გადმოცემას, თუმცა გარკვეული პერიოდის შემდეგ ეს ინტერესი ისევ მცირდება.

თანამედროვე მედიასაშუალებები ხელს უწყობს სხვადასხვა სახის ინფორმაციის მარტივ მიღებას. მოსწავლეების სწრაფვა ახალი ცონდის დამოუკიდებლად შემუშავებისკენ – წარმოადგენს შემეცნებითი პროცესის შედეგს, რომელსაც თავად მოსწავლე აღწევს. მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში ფართო დანერგვას თან ახლავს სპეციალური პირობები, რომლებიც მიზანმიმართულია მოსწავლეების პიროვნების ემოციონალურ განვითარებაზე.

ვირტუალური რეალობის სისტემებთან მუშაობა მოსწავლეს აძლევს საშუალებას, მიეცეს ფანტაზიებს ინტერნეტსამყაროში, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს მომხმარებლის აუტიზაცია, ანუ ჩაკეტილობა, განდგომა, რეალობას მოწყვეტა, თუკი ჩნდება დისბალანსი რეალურ ქმედებებსა და სიმბოლურ მოდელებს შორის. ამავდროულად, არ იქნებოდა სწორი გვეფიქრა, რომ აუტიზაცია წარმოადგენს ინფორმატიზაციის გარდაუვალ შედეგს, მისი თავიდან აცილება შესაძლებელია მედიაგანათლების გამოყენების პირობებში.

აქედან გამომდინარე, სასწავლო პროცესში მედიასაშუალებების გამოყენების შედეგი შეიძლება განისაზღვროს როგორც დადებითად, ასევე უარყოფითად, რადგან შეუძლებელია ამა თუ იმ ტექნოლოგიის ცალსახად შეფასება.

ელექტრონული მედიასაშუალებების სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოყენების დაგეგმვის დროს, მასწავლებელმა უნდა განსაზღვროს ის შესაძლო პირდაპირი და ირიბი ზემოქმედების პირობები, რომელშიც აღმოჩნდება მოსწავლის პიროვნება და რომლებიც განსაზღვრავს შემდგომში მისი განვითარების მიმართულებებს.

რაც შეეხება ახალი მედიასაშუალებების აღმზრდელობით, ფსიქოლოგიურ პროცესებში გამოყენებას, პედაგოგებს გააჩნიათ განსხვავებული შეხედულებები ამ საკითხთან მიმართებაში. პედაგოგების დიდი ნაწილი ფიქრობს, რომ ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება სასწავლო პროცესში შესაძლებელს ხდის ცოდნის ახალი დონის, ხარისხის მიღწევას.

ერთი სიტყვით, თანამედროვე ფსიქოლოგია, პირველ რიგში, უპირატესობას ანიჭებს მოსწავლეს, მის ფასეულობებს, მის პირად თვისებებს, თავისუფლებას, საკუთარი ცხოვრების წინასწარი განჭვრეტისა და კონტროლის უნარს. ამ მიმართულების უმთავრეს ასპექტს წარმოადგენს ის, რომ იგი მიმართულია

ადამიანის მომავლისაკენ, ამტკიცებს, რომ ყველაფერი დამოკიდებულია მის პირად ძალისხმევაზე, აქტიურობაზე. პიროვნების შესწავლის ძირითადი მიდგომები შესაძლებელს ხდის ისეთი ფაქტორების წარმოჩენას, რომლებიც ახდენს ზეგავლენას შემეცნებითი ინტერესების ფორმირებასა და განვითარებაზე.

”შემეცნებითი ინტერესი სხვადასხვა ძალით ზემოქმედებს პიროვნების სხვადასხვა მახასიათებლის ფორმირებაზე, რაც დამოკიდებულია შემდეგ პირობებზე:

- ✓ განვითარების დონე;
- ✓ ხასიათი;
- ✓ შემეცნებითი ინტერესისა და სხვა მოტივების ურთიერთკავშირი;
- ✓ შემეცნებითი ინტერესის პროცესში გამოვლენილი ინტერესების თავისებურებები;
- ✓ შემეცნებითი ინტერესის დაკავშირება ცხოვრებისეულ პერსპექტივებთან;
- ✓ ცნობისმოყვარეობა;
- ✓ ცოდნისმოყვარეობა;
- ✓ შემეცნებითი ინტერესი (პრობლემური საკითხების დამოუკიდებლად გადაჭრის სურვილი);
- ✓ თეორიული ინტერესი (კანონზომიერებების პრაქტიკაში გამოყენება)“ (Шукина 1971).

ზოგიერთი მკვლევარი გამოყოფს „ინტერესის განსაკუთრებულ სახეობას – სასწავლო საგნისადმი ინტერესს, რომელიც წარმოადგენს შემეცნებითი ინტერესის კერძო შემთხვევას, დაფუძნებულს ისეთ სპეციფიკურ ადამიანურ მოთხოვნილებებზე, როგორცაა ახალი შთაბეჭდილებები, ახალი ინფორმაციის აღმოჩენა (Морозова 1979).

„მოსწავლეთა მიერ სასკოლო საგნებისადმი შერჩევითი დამოკიდებულების გამოვლინების მიზნით ჩატარებული კვლევების შედეგად, გამოიყო შემდეგი ფაქტორები:

- ✓ საზოგადოებრივი პროგრესის მქონე მეცნიერების ადგილი და როლი, რომელიც შეესაბამება სკოლაში განვლილ საგნებს;
- ✓ მოცემული საგნის მნიშვნელობა სასკოლო კურსების საერთო სტრუქტურაში;

- ✓ საგანმანათლებლო დაწესებულებების სასწავლო გეგმების საერთო მიმართულება;
- ✓ სასწავლო საგნებისა და სახელმძღვანელოების შინაარსი;
- ✓ სწავლების პროცესის ხასიათი, სადაც ვლინდება სწავლების დონე, მათ შორის, მეთოდებისა და ფორმების თავისებურებები, მოსწავლეებისადმი მიწოდებულ ახალ მასალებში მათი დამოუკიდებელი შემეცნებითი საქმიანობის ხასიათი“ (Алнорова 1999).

განათლების სისტემა იმყოფება ინფორმაციულ საზოგადოებად გარდაქმნის პროცესში. სასწავლო ინფორმაციის რაოდენობის სწრაფი ზრდა უპირისპირდება მათი ათვისების შესაძლებლობებს. ამასთან, მოსწავლეები სულ უფრო ხშირად და დიდი მონდომებით მიმართავენ ინფორმაციის არასასკოლო წყაროებს.

შესაძლებელია ნებისმიერი სახის არასასკოლო ინფორმაციის გამოყენება საგანმანათლებლო მიზნებისათვის, რადგან ის აფართოებს მოსწავლეთა წარმოდგენებს გარემო სამყაროზე და მასში მიმდინარე პროცესებზე (Журин 1998).

მიუხედავად ამგვარი შეფასებისა, უნდა აღინიშნოს, რომ ინფორმაციის დიდი რაოდენობით გავრცელების/მიღების პრობლემა ამით არ გვარდება, პირიქით, კიდევ უფრო მწვავედება. ინფორმაციის დიდი რაოდენობით მიღება და მისი მრავალფეროვნება იწვევს პიროვნების დეზორიენტაციას, წარმოადგენს სხვადასხვა „ფობიის“ მიზეზს, იწვევს უარყოფით დამოკიდებულებებს, რაც აუცილებელს ხდის მოსწავლეებში შემეცნებითი ინტერესების ფორმირებას და გაღვივებას, ახალი ინფორმაციის მიზანმიმართული და ეფექტური აღქმის მიზნით.

„თანამედროვე მედიასაშუალებები შესაძლებელს ხდის მოსწავლეთა შემეცნებითი ინტერესების აქტივობის ამაღლებასა და სასკოლო საგნებისადმი შემეცნებითი ინტერესის განვითარებას. ამასთან, თანამედროვე მედიასაშუალებების გამოყენება განათლების სისტემაში, მნიშვნელოვნად ცვლის თავად სასწავლო პროცესის მეთოდებსა და სწავლების შინაარსს“ (Машниц 1988:192).

„მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენებისას ფსიქოლოგიური თავისებურებების გათვალისწინება ხელს უწყობს მოსწავლეზე ორიენტირებული სწავლების მოდელის პრაქტიკულ რეალიზაციას, იმის გათვალისწინებით, რომ იქმნება სწავლების ინდივიდუალიზაციისა და დიფერენციაციის საშუალება, რაც

გულისხმობს სუბიექტურ აქტივობას. მოსწავლეს ეძლევა თვითრეალიზაციის საშუალება, რაც ქმნის სრულყოფის, თვითდასწავლის, თვითგანათლების, შემოქმედებითი აზროვნების ფორმირების უნარ-ჩვევებს” (Панюкова 1998:226).

ამრიგად, მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენებასთან დაკავშირებით, ფსიქოლოგიური საკითხების გათვალისწინება ხელს უწყობს: ყურადღების, ნებისყოფის განვითარებას, დაძაბულობის მოხსნას, ინტერესის ამაღლებას, შემოქმედებით სტიმულირებას, პირადი თვისებების სრულყოფას, დარწმუნებას იმაში, რომ ყველა წარმატება დამოკიდებულია პირად ძალისხმევაზე, აქტიურობაზე, მიგნებასა და გადაწყვეტილებაზე. ისეთი ფაქტორების წარმოჩენას, რომლებიც ზეგავლენას ახდენს შემეცნებითი ინტერესების ფორმირებასა და განვითარებაზე.

რეკომენდაციის სახით, წარმოვადგენთ იმ პირობებს, რომლებიც განსაზღვრავს შემეცნებითი ინტერესის პიროვნებაზე ზემოქმედების სიძლიერეს:

- ✓ განვითარების დონე;
- ✓ ხასიათი;
- ✓ შემეცნებითი ინტერესისა და სხვა მოტივების ურთიერთკავშირი;
- ✓ შემეცნებითი ინტერესის პროცესში გამოვლენილი ინტერესების თავისებურებები;
- ✓ შემეცნებითი ინტერესის დაკავშირება ცხოვრებისეულ პერსპექტივებთან;
- ✓ ცნობისმოყვარეობა;
- ✓ ცოდნისმოყვარეობა;
- ✓ შემეცნებითი ინტერესი (პრობლემური საკითხების დამოუკიდებლად გადაჭრის სურვილი);
- ✓ თეორიული ინტერესი (კანონზომიერებების პრაქტიკაში გამოყენება).

## **§ 2.1. პედაგოგის მზადყოფნა მედიის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოყენებისათვის**

აღამიანთა უდიდესი ნაწილის საქმიანობა, ასე თუ ისე, დაკავშირებულია ინფორმაციის შექმნასთან, გადამუშავებასა და გავრცელებასთან.

ფაქტია, რომ განათლებაში თანამედროვე კომუნიკაციების ტექნოლოგიური პროგრესის პარალელურად, ლოგიკურად იზრდება აუდიოვიზუალური წყაროების მოხმარება.

ამგვარი რეალობის არაერთგვაროვანი ზეგავლენა მოითხოვს ადეკვატური საშუალებების პედაგოგიურ ძიებას, რომელიც ხელს უწყობს ახალგაზრდებისა და მედიის პოზიტიურ ურთიერთობას, სიახლეების გათვალისწინებით სასწავლო პროცესის მართვას.

საზოგადოების, კულტურის ინფორმატიზაციის გლობალური პროცესი განათლების სისტემის წინაშე სვამს ახალ ამოცანებს.

დამოუკიდებელი, შემოქმედი, მედიასამყაროში თავისუფლად ორიენტირებული პიროვნების აღზრდის ერთ-ერთ გზას წარმოადგენს მასწავლებლის მიერ თანამედროვე ინფორმაციული საშუალებების მიზანმიმართული, წინასწარ გააზრებული ჩართვა სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში.

პედაგოგი სასწავლო პროცესს გეგმავს ინფორმაციულ სამყაროში მიმდინარე ცვლილებების, ბავშვებისა და ახალგაზრდების ახალი ინფორმაციული მოთხოვნილებების გათვალისწინების შესაბამისად, რაც საჭიროებს სხვადასხვა პრობლემის გადაჭრის პროცესის სწორად და ლოგიკურად ორგანიზებას.

პედაგოგი ითვალისწინებს მედიის სწორ გამოყენებას საკუთარი პროფესიული კვალიფიკაციის ამაღლების პროცესის სრულყოფისათვის.

„თანამედროვე ტექნიკური საშუალებები, გარკვეულწილად, ცვლის, აახლებს მასწავლებლის საქმიანობას. მიუხედავად რიგი უდავო უპირატესობებისა, არც ერთ თანამედროვე ტექნიკურ საშუალებას არ შეუძლია აღმზრდელი-პედაგოგის როლზე პრეტენზიის გაცხადება. რასაკვირველია, კომპიუტერს შეუძლია ზოგიერთი იმ ფუნქციის შესრულება, რომელიც ადრე ახასიათებდა მხოლოდ პედაგოგს: მოსწავლის მოქმედების ანალიზი, მინიშნებების გაცემა, კითხვების დასმა, პასუხის შეფასება, კითხვებზე პასუხის გაცემა (როცა კითხვებისა და თემების წრე წინასწარ განსაზღვრულია), მაშინ, როდესაც პედაგოგს შეუძლია პასუხი გასცეს ნებისმიერ შეკითხვას, მათ შორის, ცუდად ფორმულირებულს; ამასთან, პედაგოგის პასუხი იქნება ფორმულირებული მოსწავლის შესაძლებლობის, მისი პიროვნების ფაქტორებისა და პირობების გათვალისწინებით“ (Захарова 2003:192).

იმ ამოცანების რეალიზაციისათვის, რომლებიც დღეს საქართველოს საგანმანათლებლო სისტემის წინაშე დგას, მათ შორის, ინფორმატიზაციის ასპექტში, აუცილებელია არა მხოლოდ საგანმანათლებლო დაწესებულებების კარგი ტექნიკური აღჭურვა და პროგრამული უზრუნველყოფა, არამედ პედაგოგთა სპეციალური მომზადება თავიანთ საქმიანობაში სხვადასხვა სახის მედიასაშუალებების გამოყენებისათვის. ამ მიმართებით მასწავლებლებთან ჩატარებული გასაუბრებით გამოიკვეთა ორი გზა: ა) მასწავლებელთა გადამზადება სკოლის დონეზე, მიზნობრივ ტრენინგებზე; ბ) მომავალ მასწავლებელთა მომზადების პროგრამებში მედიასაშუალებების გამოყენების საკითხების ჩართვა.

აღსანიშნავია, რომ მედიასაშუალებების გამოყენებაში პროფესიული დონის ამაღლება ესაჭიროება ყველა საგნის, ან საგანთა ჯგუფის მასწავლებელს, რაც ხელს შეუწყობს სწავლება/სწავლის ხარისხის ამაღლებას, მით უმეტეს, რომ საგანმანათლებლო მედიარესურსების დიდი ნაწილი წარმოდგენილია საგნების მიხედვით.

პედაგოგის მიერ საგანმანათლებლო-აღმზრდელობით პროცესში ელექტრონული მედიასაშუალებების გამოყენების სტრუქტურაში მეცნიერ-მკვლევრები გამოყოფენ შემდეგ კომპონენტებს:

✓ სამოტივაციო (ადეკვატური წარმოდგენა მედიის როლის შესახებ, თანამედროვე საზოგადოებაში განათლების ინფორმატიზაციის მიზნებისა და ამოცანების გაგება, ამ პროცესში აქტიურად მონაწილეობის სურვილი);

✓ მიზნობრივი (მკაფიო წარმოდგენა ელექტრონული მედიასაშუალებების შესაძლებლობებისა და მიზნების შესახებ კონკრეტული დისციპლინის სწავლების პროცესში);

✓ ინფორმაციული (თანამედროვე მედიასაშუალებების, მათი შესაბამისი პროდუქტებისა და რესურსების, მათი საგანმანათლებლო და აღზრდელობითი შესაძლებლობების ფსიქოპედაგოგიური თავისებურებებისა და გამოყენების საშუალებების ცოდნა);

✓ საქმიანობრივი (სხვადასხვა ელექტრონული საშუალების გამოყენების უნარ-ჩვევების განვითარება და საგანმანათლებლო დანიშნულების მედიაპროდუქციის შექმნა).

ამგვარად, სრულიად აშკარაა მედიაგანათლების სფეროში პედაგოგის მიზანმიმართული მომზადების აუცილებლობა, მასში ინფორმაციის აღქმის უნარ-ჩვევების განვითარება, ინფორმაციის თავისებურებების გაგება და მათი პრაქტიკულ საქმიანობაში ჩართვა, ამის უემდეგ კი – ინფორმაციული კომპეტენციის ამაღლებისა და საინფორმაციო მიმდინარეობებთან ურთიერთობის პროცესში თავისუფლების ხარისხის უზრუნველყოფა.

ამრიგად, მედიის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოყენებისათვის პედაგოგის მზადყოფნისათვის საჭიროა პედაგოგთა სპეციალური გადამზადება სკოლის დონეზე, მიზნობრივად ორგანიზებულ ტრენინგებზე და მომავალი მასწავლებლის მომზადების პროგრამაში ჩართვით.



## მედიაპედაგოგიკის პერსპექტივები

### § 1. მედიაპედაგოგიკის კონცეფცია. მისაღწევი მედიაკომპეტენციები

უკანასკნელ წლებში მსოფლიოში კულტურული ურთიერთკავშირების გაფართოებამ, მსოფლიო გლობალიზაციისა და საერთაშორისო ინტეგრაციის პროცესებმა გამოიწვია მედიაგანათლების მიმართ სამეცნიერო ინტერესის მკვეთრი ზრდა. ერთი მხრივ, სამეცნიერო ცოდნის თანამედროვე მდგომარეობა, ხოლო მეორე მხრივ – ცვლილებების პროცესში მყოფი სამყაროს ობიექტური პირობები, მოითხოვს ახალ მიდგომებს მედიაგანათლების პრობლემების გააზრებისათვის, რაც ესოდენ აქტუალურია დღევანდელ დღეს.

გერმანელი მეცნიერები გამოყოფენ მედიაპედაგოგიკის რამდენიმე მნიშვნელოვან კონცეფციას (Hiegemann 1994:14):

✓ „**დამცავი კონცეფცია**“, რომელიც მიმართულია მედიასაშუალებების ზეგავლენისგან ბავშვთა და ახალგაზრდების დაცვისკენ. ამ კონცეფციას აქტიურად უჭერენ მხარს საკანონმდებლო ორგანოებშიც;

✓ „**კრიტიკული, ანალიტიკური აზროვნების განვითარება**“ მედიაკულტურის მიმართ, რომლის მთავარ ამოცანას წარმოადგენს აუდიტორიის მიყვანა მედიატექსტების კრიტიკულ მოხმარებამდე. ამგვარი მიდგომა დომინირებდა გერმანიაში მე-20 საუკუნის 70-იან წლებში, მედიასაშუალებების პრაქტიკული გამოყენების დასწავლის პროცესთან ერთად;

✓ „**პრაქტიკული**“, რომელიც ხორციელდება აუდიტორიის კონკრეტული სამუშაოების მედიატექნიკის გამოყენებით შესრულების პროცესში. მაგალითად: სკოლის მოსწავლეები ეუფლებიან ვიდეო და ფოტოტექნიკას, ამზადებენ აუდიოვიზუალურ პროდუქტებს თავიანთი მოთხოვნილებების შესაბამისად;

✓ „**სოციალურ-ეკოლოგიური**“. ამ კონცეფციის მთავარი მიზანია ადამიანის მედიასთან ურთიერთობის ინდივიდუალური ფორმების უკეთ გაგება, რათა დავეხმაროთ ადამიანებს პრესასთან, ტელევიზიასთან, კინემატოგრაფიასთან ურთიერთობის ახალ საფეხურზე გადასვლაში, ისეთი მეთოდების გამოყენებით, როგორცაა თვითდაკვირვება და თვითრეფლექსია;

✓ „ინფორმაციულ-ტექნოლოგიური“. ამ კონცეფციის მიზანია ახალი კომუნიკაციური და საინფორმაციო ტექნოლოგიების ეფექტური გამოყენებისათვის აუცილებელი ცოდნისა და უნარ-ჩვევების გადაცემა. კონცეფციას საფუძვლად უდევს იდეა იმის შესახებ, რომ უახლოეს მომავალში შეუძლებელი იქნება კომპიუტერული ცოდნის გარეშე მოღვაწეობა სამყაროში, ამიტომაც სკოლებში უნდა ისწავლებოდეს „კომპიუტერული მეცნიერებანი“.

„მეცნიერ-მკვლევრების, ფსიქოლოგებისა და პედაგოგების ნაშრომების გაცნობა ცხადყოფს იმ ფაქტს, რომ მედიაგანათლების სფეროში არსებული კითხვები განიხილებოდა სხვადასხვა პოზიციიდან და სხვადასხვა ასპექტში. მედიაგანათლების ერთიანი არსის, ერთიანი კონცეფციის არარსებობა იწვევს განსხვავებულ დამოკიდებულებებს მედიაგანათლების მიზანმიმართულებათა მიმართ. ამასთან, მკვეთრად განსხვავდება დამოკიდებულებები მედიაგანათლების ძირითადი მიზნის მიმართ, რაც ასახავს განსხვავებულ მიდგომებს მედიაგანათლებისადმი მთელი მსოფლიოს მასშტაბით” (Запевалина 2008:105).

ვიდრე განვიხილავთ „მედიაკომპეტენციის“ დედააზრს, აუცილებელია განვსაზღვროთ, თუ რა მნიშვნელობის მატარებელია ტერმინები „კომპეტენცია“ და „კომპეტენტური“.

„კომპეტენცია“ (ლათ. *competens (competentis)*) – აღნიშნავს: 1. კონკრეტული ამოცანის შესრულებისათვის საჭირო უნარს. იგი მოიცავს უნარების, ცოდნისა და ქცევის ერთობლიობას; 2. რომელიმე სფეროს მიკუთვნებული საკითხების ჯეროვან ცოდნას; 3. უფლებამოსილებების, უფლებებისა და ვალდებულებების იურიდიულად განსაზღვრულ წრეს (ლექსიკონი: 2008).

ცნება „კომპეტენცია“ პირველად იქნა გამოყენებული XX საუკუნის 60-იან წლებში, ამერიკის შეერთებულ შტატებში, შემოქმედებითი განათლების (*performance-based education*) კონტექსტში, რომლის მიზანსაც წარმოადგენდა სამუშაო ბაზარზე კონკურენტუნარიანი სპეციალისტების მომზადება, რის შემდეგაც იქნა შეთავაზებული ორი ცნების – „კომპეტენციისა“ და „კომპეტენტურობის“ (*competence and competencies*) – ცალ-ცალკე გამოყენების მიღება. აქედან გამომდინარე, „კომპეტენტურობის“ ცნებას განიხილავდნენ, როგორც პიროვნულ კატეგორიას,

ხოლო „კომპეტენციები“ გადაიქცა საგანმანათლებლო პროგრამების მამოძრავებელ ძალად (Velde 1997:27).

„თანამედროვე ცხოვრებაში კომპეტენციები ხშირად გამოიყენება სამუშაო ბაზარზე სპეციალისტთა პოტენციური შესაძლებლობების დახასიათებისათვის. სწორედ ამ „ძირითად კომპეტენციებს“ წარმოადგენს ისეთი შესაძლებლობები, როგორცაა: ენების სრულყოფილ დონეზე ცოდნა, კომპიუტერული ცოდნა, პრობლემების გადაჭრის უნარების ფლობა, მოქნილი და ინოვაციური აზროვნება, განუწყვეტელი სწავლებისადმი სწრაფვა და მიდრეკილება” (Милъруд 2004:18-22).

კომპეტენტურობა – ადამიანის შინაგანი კულტურის ერთ-ერთი ძირითადი მახასიათებელია, მისი მსოფლმხედველობის, ცოდნის, უნარ-ჩვევების სისტემაა, რომელიც განსაზღვრავს ადამიანის მიზანმიმართულ, დამოუკიდებელ საქმიანობას. თუმცა, წარმატებული, პროფესიონალური საქმიანობისათვის, ინფორმაციულ საზოგადოებაში აუცილებელია გამოყენებულ იქნას როგორც ტრადიციული, ასევე თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიები, მათ შორის: ინფორმაციის მიღების, გადამუშავების, გაფილტვრის ტექნოლოგიები, ელექტრონული ფოსტის და ინტერნეტტექნოლოგიების გამოყენება.

თანამედროვე ეპოქაში ტერმინებს – „კომპეტენცია“ და „კომპეტენტურობა“ – დაემატა ტერმინი „მედიაკომპეტენტურობა“, რომელმაც განსაკუთრებული აქტუალობა შეიძინა მედიატექნოლოგიების სწრაფი განვითარების ფონზე.

მედიაგანათლების თემასთან დაკავშირებულ თავიანთ პირველ ნაშრომებში, საზღვარგარეთის მედიაპედაგოგები ხშირად მიმართავენ ტერმინ „მედიაწიგნიერებას“.

მეცნიერ-მკვლევარი ბ. დუნკანი განიხილავს მედიაწიგნიერებას, როგორც მედიის კრიტიკული თვალსაზრისით გამოყენებასა და მისი მნიშვნელობის აღიარებას. მედიაწიგნიერ პიროვნებას ძალუძს მედიატექსტების კრიტიკული და შეგნებული შეფასება, კრიტიკული დისტანცირება პოპულარული კულტურისაგან, მანიპულაციების მიმართ წინააღმდეგობის გაწევა. ბ. დუნკანის თვალსაზრისით, მედიაწიგნიერების სწავლებისას აუცილებელია (Шадриков 2004:26):

- ✓ იმ უნარ-ჩვევების, ცოდნისა და მიდგომების განვითარება, რომლებიც აუცილებელია იმ ხერხების ანალიზისათვის, რომელთა მეშვეობით მედია აქტიურ კონსტრუირებას უწევს რეალობას;
- ✓ ამ კონსტრუქციებისა და მათ მიერ გავრცელებული ფასეულობების სოციალური, კულტურული, პოლიტიკური და ეკონომიკური მნიშვნელობის მქონე ცოდნის დაუფლება;
- ✓ მედიატექსტების შეფასებისა და ესთეტიკური აღქმის დონის განვითარება;
- ✓ მედიატექსტების დეკოდირება, რათა მოხდეს მათ შინაარსში ჩადებული კულტურული ფასეულობების, პრაქტიკული მნიშვნელობის, წამყვანი იდეების გამოვლენა და შეფასება;
- ✓ მედიატექსტების შექმნისათვის საჭირო მრავალფეროვანი ტექნოლოგიების გამოვლენა, გაანალიზება და გამოყენება;
- ✓ იმ ფაქტის გაცნობიერება, რომ ადამიანები, რომლებიც ქმნიან მედიატექსტებს, აკეთებენ ამას განსხვავებული – ეკონომიკური, პოლიტიკური, ორგანიზაციული, ტექნიკური, სოციალური და კულტურული მოტივებიდან გამომდინარე (კონტროლი, ზეწოლა, და ა.შ.);
- ✓ გაგება იმისა, რომ თითოეული ადამიანი ჩართულია მედიატექსტების კვლევის სელექციურ და ანალიტიკურ პროცესში, ხოლო თავად პროცესი და მასთან დაკავშირებული მნიშვნელობები დამოკიდებულია ფსიქოლოგიურ, სოციალურ და ბუნებრივ ფაქტორებზე.

ცნობილი რუსი მედიაპედაგოგის აზრით: „პიროვნების მედიაკომპეტენცია წარმოადგენს პიროვნების მოტივების, ცოდნის, უნარ-ჩვევების, შესაძლებლობების ერთობლიობას, რომელიც ხელს უწყობს სხვადასხვა სახის, ფორმის, ჟანრის მედიატექსტების შერჩევას, გამოყენებას, კრიტიკულ ანალიზს, შეფასებას, შერჩევასა და გადაცემას, სოციუმში მედიის ფორმირების რთული პროცესების გააზრებასთან ერთად“ (Федоров 2007:616).

აქ კი მედიაკულტურის როლი და ადგილი სულ უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს, როგორც პიროვნების შემოქმედებითი შესაძლებლობების განვითარების კუთხით, ასევე კრიტიკული აზროვნებისა და აღქმის ფორმირების თვალსაზრისით.

ამგვარ ვითარებაში უმნიშვნელოვანეს საკითხს წარმოადგენს მედიაკომპეტენციის ცნების განსაზღვრა.

უპირველეს ყოვლისა, მედიაკომპეტენცია აღწერს საერთო უნარ-ჩვევას, რომელიც პრინციპულადაა დაკავშირებული ყველა მედიასაშუალებასთან, ამიტომაც, უპირველეს ყოვლისა, უნდა აღინიშნოს მისი ისეთი მახასიათებელი, როგორცაა მედიასამყაროში ორიენტაციისა და მოქმედების უნარ-ჩვევა. ამასთან, მედიაკომპეტენცია უნდა განისაზღვროს სპეციფიკური ასაკისთვის.

გერმანელი მკვლევრები (აუფენანგერი, ბაკე, და სხვები) გამოყოფენ ძირითად მახასიათებლებს, რომლებიც განსაზღვრავენ მედიაკომპეტენციის ცნებას:

**შემეცნებითი** (კოგნიტური) განსაზღვრება, რომელიც ეხება ცოდნას, გაგებას და მედიის მიერ მოწოდებული ინფორმაციის ანალიზს;

**მორალური** (ზნეობრივი): მედიასაშუალებები უნდა განიხილებიდე და შეფასდე ეთიკურ ასპექტში, რომელიც მოიცავს არა მხოლოდ მედიაშინაარსს, არამედ მედიაწარმოების ასპექტებსაც კი (მაგალითად, გარესამყაროსთან კავშირი), მათ სოციალურ თანაარსებობას და შესაძლო გავლენას ადამიანზე, კომუნიკაციაზე;

**სოციალური** განსაზღვრება: კოგნიტური და ზნეობრივი განზომილების გადასვლა სოციალური და პოლიტიკური საქმიანობის სფეროში მედიაზე საკუთარი უფლებების წარდგენისას. მნიშვნელოვანია ის, რომ სწორად უნდა იყოს განსაზღვრული აღნიშნული ტექნიკური მოწყობილობების სოციალური გავლენა.

1987 წელს კანადაში მედიაწიგნიერების ასოციაციის მასწავლებელთა ჯგუფმა შეიმუშავა მედიაწიგნიერების ძირითადი კომპეტენციები, რომლებმაც ასახვა ჰპოვა კანადის მთავრობის მედიაწიგნიერების რესურსების სახელმძღვანელოში. ამ დროისთვის კანადაში მედიაწიგნიერება გათვალისწინებული იყო ინგლისური ენის სასწავლო გეგმის ერთ-ერთ შემადგენელ ნაწილად 8-13 კლასის მოსწავლეთათვის, რაც შემდგომში აღიარებულ იქნა მსოფლიო მედიაპედაგოგების მიერ.

წარმოვადგენთ ზემოთ აღნიშნული ჯგუფის მიერ შემუშავებულ რვა ძირითადი კომპეტენციის მახასიათებლებს (Pungente 1987):

1. მედიის ყველა სახეობა წარმოადგენს ერთგვარ კონსტრუქციას, რომელიც მედიაწიგნიერების უმთავრესი კომპეტენციაა. მის საფუძველს განსაზღვრავს ის ფაქტორი, რომ მედიასაშუალებები ყოველთვის როდი ასახავენ ჩვენს ირგვლივ

არსებულ რეალობას. უმეტესწილად, ისინი წარმოდგენილია ერთგვარი საგულდაგულოდ შემუშავებული კონსტრუქციების სახით, რომლებიც ასახავს ბევრ გადაწყვეტილებასა და განსაზღვრულ ფაქტორს;

2. მედიასაშუალებები ქმნიან რეალობას. სწორედ მედიასაშუალებები არიან პასუხისმგებელი იმ დაკვირვებებისა და გამოცდილების გავრცელებაში, რომელთა საფუძველზედაც ადამიანებს ექმნებათ სამყაროს აღქმის, მისი ფუნქციონირებისადმი პირადი დამოკიდებულება. რეალობის ჩვენეული აღქმა (ხედვა) უმთავრესად განპირობებულია იმ ინფორმაციით, რომელსაც გვაწვდიან მედიასაშუალებები გადამუშავების, ინტერპრეტაციისა და მათ მიერ მიღებული დასკვნების სახით. ამგვარად, ხშირ შემთხვევაში მედიასაშუალებები გვთავაზობენ არა სინამდვილეში წარმოდგენილ, არამედ ჩვენეულ რეალობას;

3. აუდიტორია თავად განსაზღვრავს მედიის მნიშვნელობას, რაც გულისხმობს იმას, რომ თუკი მედიასაშუალებები გვთავაზობენ დიდი რაოდენობით მასალას, რომელზედაც ჩვენ, ადამიანებმა, შეიძლება ავაგოთ რეალობის ჩვენეული ხედვა, თითოეული ჩვენგანი განსაზღვრავს მის მნიშვნელობას ინდივიდუალური ფაქტორების შესაბამისად, კერძოდ: პირადი მოთხოვნილებებისა და საჭიროებების, წარმატებული და წარუმატებელი დღეების, რასობრივი და სექსუალური სარჩულის მქონე საკითხების მიმართ პირადი დამოკიდებულების, ოჯახური და კულტურული წარმომავლობის, მორალისა და ზნეობის და ა. შ. შესაბამისად;

4. მედიაგზავნილებს გააჩნია კომერციული მნიშვნელობა. მედიაწიგნიერების მიზანს ამ შემთხვევაში წარმოადგენს აუდიტორიაში იმ აზრის ჩამოყალიბების ხელშეწყობა, რომ მედიასაშუალებები განიცდიან კომერციული შეხედულებების ზეგავლენას, და თუ როგორ აისახება ეს ყველაფერი ინფორმაციის შინაარსზე, ტექნიკასა და ტირაჟირებაზე. „მედიაპროდუქციის უმრავლესობა წარმოადგენს ერთგვარ ბიზნესს, რომლის საბოლოო მიზანია მოგება. აქედან გამომდინარე, მნიშვნელოვან საკითხებს წარმოადგენს მფლობელისა და მაკონტროლებელი ძალების განსაზღვრის საკითხები, რადგან გარკვეულ პირთა ჯგუფი აკონტროლებს იმას, თუ რას ვუყურებთ, ვკითხულობთ ან ვისმენთ მასობრივი მედიასაშუალებების მეშვეობით;

5. მედიაგზავნილები შეიცავს იდეოლოგიურ და ფასეულ მესიჯებს. მედიასაშუალებების ზოგადად ყველა სახეობა ახდენს იმ პროდუქციის რეკლამირებას, რომელიც, გარკვეულწილად, ახდენს სხვადასხვა ფასეულობისა და ცხოვრების წესის განსაზღვრას. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები, აშკარად ან ფარულად, გადმოსცემენ ისეთი სახის იდეოლოგიური ქვეტექსტების მქონე გზავნილებს, რომლებიც ეხება ცხოვრების სტილისა და გზის, მომხმარებელთა ძალაუფლების, საზოგადოებაში ქალის როლის, ხელისუფლების აღიარებისა და უპირობო პატრიოტიზმის განსაზღვრას;

6. მედიაგზავნილები განსაზღვრავს საბოლოო სოციალურ და პოლიტიკურ შედეგებს. როგორც წესი, მედია უდიდეს ზეგავლენას ახდენს პოლიტიკასა და ქვეყანაში გატარებულ სოციალურ ცვლილებებზე. ასე მაგალითად, ტელევიზიის საშუალებით, კანდიდატთა „შესაბამისი რაკურსით“ წარმოდგენის საფუძველზე, ხდება ეროვნული ლიდერის არჩევნების შედეგებზე ზეგავლენა. მედია იწვევს ადამიანების ჩართულობას ისეთი საკითხების მოგვარების პროცესში, როგორცაა სამოქალაქო უფლებები, შიმშილობა აფრიკაში, შიდსის ეპიდემია და ა. შ.;

7. მედიაგზავნილების ფორმისა და შინაარსის მჭიდრო ურთიერთკავშირი. თითოეულ მედიასაშუალებას გააჩნია საკუთარი გრამატიკა და ახდენს რეალობის დაშიფრვას მისთვის დამახასიათებელი კოდების მეშვეობით. აქედან გამომდინარე, ერთი და იგივე მოვლენის გადმოცემის დროს, სხვადასხვა მედიასაშუალება ინფორმაციის სხვადასხვა მხარეზე ახდენს რეაგირებას.

8. თითოეულ მედიასაშუალებას გააჩნია უნიკალური ესთეტიკური ფორმა. იმის მსგავსად, თუ როგორ ვიხიბლებით ჩვენ კონკრეტული ლიტერატურული ნაწარმოების (პოეზია, პროზა) სასიამოვნო რიტმითა და წყობით, ასევე უნდა ვიხიბლებოდეთ განსხვავებული მედიასაშუალებების მიერ ინფორმაციის გადმოცემის ფორმითა და მის მიერ მოსალოდნელი ეფექტურობით.

მედიასაშუალებების ფართო გავრცელებამ და თითოეული ადამიანის ცხოვრებაში შემოჭრამ განაპირობა მედიაწიგნიერების მნიშვნელობა და აუცილებლობა, რადგან სწორედ მედიაწიგნიერება აძლევს ადამიანს საშუალებას გაიკვილოს გზა ინფორმაციულ ლაბირინთებში, მოიპოვოს და აღიქვას მისთვის სასარგებლო ინფორმაცია, მოახდინოს მისი სწორი გაანალიზება და აღქმა.

თანამედროვე რეალობა უკვე კარგა ხანია წარმოუდგენელია მასობრივი მედიასაშუალებების გარეშე, რომლებიც გვკარნახობს ცხოვრების სტილსა და რიტმს, განსაზღვრავს ჩვენს გემოვნებასა და ინტერესებს, გვიყალიბებს ქცევის ნორმებსა და აზროვნებას. სწორედ იმის გამო, რომ მედიასაშუალებები იქცა ჩვენი ცხოვრების ყოველი წამის განუყოფელ ნაწილად, და სწორედ იმის გამო, რომ ჩვენ, XXI საუკუნის თაობა, მივეკუთვნებით „მედიაეპოქას“, სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია იმ ხერხების, უნარ-ჩვევისა და კომპეტენციების ფლობა, რომლებიც საშუალებას მისცემს თითოეულ ადამიანს გაუმკლავდეს მედიაარხებით გადმოცემული ინფორმაციის სიდიდესა და მრავალფეროვნებას. ამასთან, საჭიროა მოხდეს მედიაკომპეტენციების განვითარების ხელშეწყობა ადრეულ ასაკში, რასაც ემხრობა ბევრი მკვლევარი, მეცნიერი და მედიაპედაგოგი მთელი მსოფლიოს მასშტაბით.

ამრიგად, სამეცნიერო წყაროების (ჰეგემანი (1994) და სხვები) მიხედვით გამოყოფილი მედიაპედაგოგიკის რამდენიმე მნიშვნელოვანი კონცეფციიდან აღსანიშნავია: დამცავი, კრიტიკული, ანალიტიკური აზროვნების განვითარების, პრაქტიკული, სოციალურ-ეკოლოგიური, ინფორმაციულ-ტექნოლოგიური კონცეფციები. მათგან, ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლებში განსაკუთრებული წარმატებით ინერგება ბოლო კონცეფცია, კერძოდ, შემოღებულ იქნა სასწავლო საგანი „საინფორმაციო ტექნოლოგიები“ (IV - IX კლასები). ასევე, პრაქტიკული კონცეფცია: მოსწავლეები ეუფლებიან ვიდეო- და ფოტოტექნიკას, ამზადებენ აუდიოვიზუალურ მასალას, კლიპებს, სლაიდებს.

შედეგების მკაფიოდ და ნათლად წარმოჩენისა და უკეთესი წარმატების მისაღწევად, განისაზღვრა მედიაკომპეტენციები.

საშუალო სკოლის მოსწავლეთათვის მკვლევრები (კოლესნიკოვა და სხვები) გამოყოფენ შემდეგ ძირითად ინფორმაციულ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების კომპეტენციებს (Колесникова 2008):

1. ინფორმაციის პირველადი ძიების კომპეტენცია;
  - ✓ ინფორმაციული ძიებისათვის მთავარი სიტყვების გამოყოფა;
  - ✓ საინფორმაციო ველში ინფორმაციის დამოუკიდებლად მოძიება;
  - ✓ ინტერნეტქსელში სხვადასხვა საძიებო მექანიზმის გამოყენებით ძიების ორგანიზება.



2. ტექნოლოგიური კომპეტენციები;
  - ✓ ზოგადი ხასიათის მქონე გეგმის შემუშავება;
  - ✓ თემატიკის შესაბამისი ლიტერატურის შერჩევა, სისტემატური და საგნობრივი კატალოგების გამოყენება;
  - ✓ ინფორმაციის გადაყვანა წარმოდგენის ერთი ფორმიდან მეორეში;
  - ✓ Microsoft Office-ის პროგრამებთან მუშაობისათვის აუცილებელი ტექნოლოგიური უნარების ფლობა;
  - ✓ ინტერნეტქსელში ინფორმაციის ძიების საბაზისო და ფართო შესაძლებლობების გამოყენება.
3. საგნობრივ-ანალიტიკური კომპეტენციები;
  - ✓ ტექსტში მთავარი ნიუანსების გამოყოფა;
  - ✓ ინფორმაციის გაანალიზება;
  - ✓ ინფორმაციის სისტემატიზება;
  - ✓ მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე დასკვნებისა და განზოგადებების გაკეთება.
4. ოპერაციულ-შემოქმედებითი კომპეტენციები;
  - ✓ რეფერატის მომზადება;
  - ✓ გამოსვლისათვის თეზისების მომზადება;
  - ✓ გამოსვლისათვის თვალსაჩინო მასალების მომზადება;
  - ✓ სხვადასხვა სახით წარმოდგენილი ინფორმაციული პროდუქტის შექმნისათვის შესაბამისი მასალის მომზადება;
  - ✓ ინფორმაციული პროდუქტის გაფორმება კომპიუტერული პრეზენტაციის სახით, Microsoft Power Point-ის პროგრამების საშუალებით.
5. კომუნიკაციური კომპეტენციები;
  - ✓ საკუთარი ინფორმაციული პროდუქტის წარდგენა;
  - ✓ მეწყვილესთან (მასწავლებელი, სხვა მოსწავლე) მუშაობა;
  - ✓ საკუთარი აზრის დაცვის კომპეტენცია.

უმაღლესი სასწავლებლების სტუდენტთათვის გამოყოფენ (Попова 2007) ინფორმაციულ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების კომპეტენციის განვითარების სამ საფეხურს, რომლებიც მათ საშუალებას აძლევს შესაბამის დონეზე გამოიყენონ

სწავლების პროცესში დაკისრებული დავალებების შესრულებისათვის აუცილებელი უნარ-ჩვევები.

პირველი საფეხურის ინფორმაციულ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების კომპეტენციები:

- ✓ სტუდენტის მიერ ინფორმაციის ნაკლებობის ათვისებისათვის და მისი აუცილებლობის განსაზღვრება ამოცანის გადაჭრის პროცესში;
- ✓ ინფორმაციის მოძიებისათვის იყენებს ერთ, პედაგოგის მიერ მიწოდებულ წყაროს;
- ✓ ახდენს მიღებული ინფორმაციის გაგების დემონსტრირებას;
- ✓ უჭირს ინფორმაციულ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ახალი ინფორმაციის წარმოების პროცესში.

მეორე საფეხურის ინფორმაციულ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების კომპეტენციები:

- ✓ სტუდენტი ზოგადად ათვისებისათვის ინფორმაციის ნაკლებობას კონკრეტული ამოცანის შესრულების პროცესში;
- ✓ იყენებს პედაგოგის მიერ შეთავაზებულ რამდენიმე წყაროს;
- ✓ ახდენს მიღებული ინფორმაციის ინტერპრეტაციას შესასრულებელი ამოცანის კონტექსტის გათვალისწინებით;
- ✓ იყენებს ინფორმაციულ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს, ახდენს სტანდარტული ოპერაციული უნარების დემონსტრირებას.

მესამე საფეხურის ინფორმაციულ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების კომპეტენციები:

- ✓ სტუდენტი ათვისებისათვის, რა ინფორმაციას ფლობს და რა ინფორმაციას არ ფლობს ამოცანის შესრულებისათვის;
- ✓ დამოუკიდებლად ირჩევს ინფორმაციულ წყაროებს, მისაღწევი მიზნის შესაბამისად;
- ✓ ავლენს კრიტიკულ დამოკიდებულებას მიღებული ინფორმაციის მიმართ;
- ✓ დამოუკიდებლად იყენებს ისტ-საშუალებებს ახალი ინფორმაციის შედგენისათვის, შეუძლია რამდენიმე პროგრამული საშუალების ინტეგრირება.

## § 2. მედიის სასწავლო პროცესში გამოყენების ეფექტური საშუალებები

სასკოლო დისციპლინების სწავლების პროცესში მედიასაშუალებების სწორი გამოყენება გვამძლევს როგორც სასწავლო საგნის სწავლების ეფექტურობის ამაღლების, ასევე, მედიასაგანმანათლებლო მიზნების მიღწევის საშუალებას. ახალ მედიასაშუალებებს შესწევთ უნარი, მაგალითად, გაზარდონ სწავლების თვალსაჩინოების შესაძლებლობები (ვიდეო, კომპიუტერული გრაფიკა, მოდელირება), განავრცონ ინდივიდუალური საქმიანობისა და უკუკავშირის შესაძლებლობანი (ვირტუალური რეალობის ტექნოლოგიები), აგრეთვე, მრავალფეროვანი ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის შესაძლებლობანი (ტელეკომუნიკაციები). ამასთან, პედაგოგმა უნდა გამოიკვლიოს და გამოიყენოს კონკრეტული მედიასაშუალებების თვისებები საკუთარი საგნის შესაბამისად.

თანამედროვე ცხოვრების დამახასიათებელ თვისებურებას წარმოადგენს არა მხოლოდ ინფორმაციული სივრცის მრავალფეროვნება, რომელსაც ფლობს ადამიანი, არამედ სპეციალური საშუალებების ათვისების აუცილებლობა, რომელიც დაეხმარება მას გაიკვალოს გზა ამ ინფორმაციულ ქაოსში, რაც თავისთავად განსაზღვრავს მედიაპედაგოგიკის, როგორც საგანმანათლებლო დისციპლინის აუცილებლობას (Кочегарова 2008).

განათლების ინფორმატიზაცია ეფექტურად განვითარებადი პროცესია, რაც გულისხმობს საგანმანათლებლო ტექნოლოგიების, მათ შორის, ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნიკის, გამოყენებას, სასწავლო პროცესში სპეციალურ პროგრამულ, ინფორმაციულ და მეთოდურ უზრუნველყოფას მისი ეფექტურობის ამაღლების მიზნით (Кашин 2007).

„როდესაც პედაგოგი გაკვეთილზე იყენებს სატელევიზიო გადაცემების მოკლე სიუჟეტებს, აუდიო და ვიდეოფაილებს, რათა მოსწავლეებამდე მიიტანოს შეტყობინების კონკრეტული შინაარსი, დედააზრი, – ამით ის ავითარებს თავის მსმენელებში მოსმენის კულტურას, ახდენს ყურადღების კონცენტრაციას, ავითარებს ინფორმაციის აღქმისა და სწორად გაგების უნარ-ჩვევებს“ (Hobbs 2011).

თანამედროვე მულტიმედიური საშუალებების განვითარება იძლევა საგანმანათლებლო ტექნოლოგიების რეალიზების საშუალებებს პრინციპულად ახალ დონეზე, რისთვისაც ხდება პროგრესული ტექნოლოგიური ინოვაციების

გამოიყენება. „ინფორმაციის ასახვის თანამედროვე სისტემების მულტიმედიური შესაძლებლობანი საგრძნობლად განსხვავდება თავიანთი წინამორბედი ტექნოლოგიებისაგან. ეს განსხვავება ვლინდება არა მხოლოდ ინფორმაციის წარმოდგენის ისეთ საშუალებათა რაოდენობის ზრდაში, როგორცაა ტექსტი, გრაფიკა, ანიმაცია, ვიდეო, ხმა, არამედ კომპიუტერული პროგრამების შესაძლებლობების შესაბამისად წარმოდგენილ მონაცემთა განსხვავებული ფორმით აუდიტორიისათვის მიწოდებასა და მასობრივ გავრცელებაში“ (Батенькина 2009).

რადგანაც თანამედროვე ახალგაზრდა თაობა გაცილებით მეტ დროს ატარებს მედიასაშუალებებთან ურთიერთობაში, მედიაგანათლების მიზანია, გარდაქმნას ეს ურთიერთობა დადებით გამოცდილებად, რასაც საფუძვლად უდევს ადამიანის პიროვნებისა და შემეცნებითი სფეროს განვითარება და გავრცობა.

მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენებას მრავალი ნაშრომი მიეძღვნა. საყურადღებოდ მიგვაჩნია ი. ბახურის (Бахур 2012) მოსაზრება, რომლის მიხედვით, მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენება:

- ✓ ხელს უწყობს სწავლების საგანმანათლებლო, აღმზრდელობითი და განმავითარებელი ფუნქციის რეალიზაციას;
- ✓ ხელს უწყობს დავალებებისა და სავარჯიშოების შერჩევის პრინციპის გაუმჯობესებას, რაც მათ მეტად თვალსაჩინო და საინტერესო ტიპის დავალებებად და სავარჯიშოებად გარდაქმნის;
- ✓ იძლევა ყურადღების კონცენტრირების საშუალებას მეტად რთულ თემებსა და ცნებებზე;
- ✓ ავითარებს შესაბამის უნარ-ჩვევებს სწავლების ინდივიდუალიზაციისა და დამოუკიდებელი მუშაობისათვის აუცილებელი უნარების განვითარების ხარჯზე.

მედიასაშუალებების საგანმანათლებლო და აღმზრდელობითი პოტენციული პოულობს რეალიზაციას საგანმანათლებლო დანიშნულების სხვადასხვა სახის პროდუქციაში: სასწავლო, სამეცნიერო, სამეცნიერო-პოპულარული, საცნობარო და მხატვრული დანიშნულების მქონე ელექტრონული გამოცემებისა და რესურსების სახით.

საგანმანათლებლო მულტიმედიური პროგრამები გამოიყენება ფრონტალური (სწავლების ფორმა, რომლის დროსაც მასწავლებელი ხელმძღვანელობს მთელი

კლასის სასწავლო-შემეცნებით პროცესს, საქმიანობას; ორგანიზებას უწევს მოსწავლეთა თანამშრომლობას, განსაზღვრავს ყველასთვის საერთო სამუშაო პროცესის ტემპს), ჯგუფური და ინდივიდუალური ტიპის სწავლებისათვის კლასში, აგრეთვე, დამოუკიდებელი მუშაობისათვის სახლში.

მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენების კიდევ ერთ დადებით მხარეს წარმოადგენს ის ფაქტორი, რომ მათი წყალობით, მასალის შესწავლის პროცესში მოსწავლე თავად განსაზღვრავს სწავლების სიჩქარეს, მასალის სიდიდესა და მისი სირთულის ხარისხს.

განათლების ეფექტურობის პერსპექტივის ამაღლება განპირობებულია საკლასო ოთახების სასწავლო-დიდაქტიკური და ტექნოლოგიური საშუალებებით აღჭურვილ, გაკვეთილებისა და სასწავლო მოდულების სახეობების სრულყოფით. უდავოა, რომ მულტიმედიური ტექნოლოგიები იძლევა დიდაქტიკური ძიების ორი მიმართულების ინტეგრირების საშუალებას. მასწავლებლებს ეძლევათ გაკვეთილების საკუთარი მულტიმედიური პრეზენტაციების ფორმით შექმნის შესაძლებლობა, რაც, სხვადასხვა კლასის სპეციფიკისა და სწავლის დონის გათვალისწინებით, ხელს უწყობს სასწავლო პროცესის ინდივიდუალიზაციას. მულტიმედიური ტექნოლოგიების გამოყენება გაცილებით უფრო თვალსაჩინოს და საინტერესოს ხდის საგანმანათლებლო პროცესს მოსწავლეთათვის, ხოლო პედაგოგთათვის იქცევა დადებითი შედეგისა და სტიმულის მომცემ ძალად. ასე მაგალითად, საინტერესოა მედიასაშუალებების გამოყენება მათემატიკური და ქიმი-ფიზიკის მიმართულების მქონე საგნების სწავლების პროცესში, რომლის დროსაც შესაძლებელია მოსწავლეებს შევთავაზოთ თვალი ადევნონ ვიდეოექსპერიმენტების, ცდების, ლაბორატორიული სამუშაოების შესრულებას, რომელთა ჩატარებაც შეუძლებელია სკოლის პირობებში პროცესის სირთულიდან და უსაფრთხოების მიზნებიდან გამომდინარე (Baxyp 2012).

ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, ფუნქციონალური დანიშნულების მიხედვით კომპიუტერული პროგრამები პირობითად იყოფა 4 ძირითად სახეობად:

✓ ინფორმაციულ-ილუსტრირებული პროგრამები (ენაცვლება ჩვეულებრივ თვალსაჩინო სახელმძღვანელოებსა და სწავლების ტრადიციულ აუდიოვიზუალურ საშუალებებს);

✓ განმავითარებელი პროგრამები (მიზანმიმართული მოსწავლეთა მენეჯერების, ყურადღების, ლოგიკისა და აზროვნების განვითარებისაკენ);

✓ საგანმანათლებლო პროგრამები (გულისხმობს მოსწავლეთა საკვლევ საქმიანობებს, რომელსაც ისინი ახორციელებენ კომპიუტერის საშუალებით, ტრენაჟორ-პროგრამები, რომლებიც ავითარებს ბავშვებში გარკვეულ უნარ-ჩვევებს);

✓ მაკონტროლებელი პროგრამები (ხშირ შემთხვევაში, აქ იგულისხმება მოსწავლეთა ცოდნის დონის განმსაზღვრელი ტესტური ტიპის პროგრამები, რომლებიც გულისხმობს თითოეული მოსწავლის ინდივიდუალურ გამოკითხვას). (Baxyp 2012).

ელექტრონული მატარებლების მეშვეობით შექმნილ მასალათა ერთ-ერთ ძირითად დადებით მხარეს წარმოადგენს სასწავლო მასალების ნაირსახეობანი (ტექსტი, ილუსტრაციები, ანიმაცია), ინტერაქტიულობა, ძიების მყისიერება. ზემოთ აღნიშნულის მკაფიო მაგალითს წარმოადგენს ელექტრონული სახელმძღვანელო, რომელიც, პირველ რიგში, გამოიყენება ახალი ინფორმაციის წარსადგენად, და რომელიც განავრცობს ბეჭდურ გამოცემებს. ელექტრონული სახელმძღვანელოები ემსახურება ინდივიდუალურ და ინდივიდუალიზებულ სწავლებას და იძლევა მოსწავლის ცოდნისა და უნარ-ჩვევების შემოწმების (ტესტირების) საშუალებას. როგორც ახალი ტიპის საგანმანათლებლო საშუალება, ელექტრონული სახელმძღვანელო შეიძლება იყოს ღია ან ნაწილობრივ ღია ტიპის საგანმანათლებლო სისტემა, რომელსაც გააჩნია სახელმძღვანელოს სტრუქტურასა და შინაარსში ცვლილებების შეტანის საშუალება. (ელექტრონული სახელმძღვანელო 2010).

ელექტრონულ სახელმძღვანელოს (რომელიც 2010 წლიდან საქართველოს საჯარო სკოლების პირველ კლასებშია გავრცელებული „ნეტუქების“ სახელწოდებით) აქვს ჩვეულებრივი სახელმძღვანელოებისაგან განსხვავებული მრავალი დადებითი თვისება. კერძოდ, ელექტრონულ სახელმძღვანელოში წარმოდგენილ ტექსტს თან ახლავს სლაიდებისა და ვიდეოფრაგმენტების დიდი რაოდენობა, რაც ართულებს მოსწავლეთა მიერ შესასწავლი მასალის აღქმას. ელექტრონული სახელმძღვანელოს გამოყენება იძლევა გაკვეთილზე გაცილებით მეტი მასალის დამუშავების საშუალებას და ხელს უწყობს მოსწავლეთა მხრიდან შესასწავლი მასალისადმი ინტერესის გაღვივებას. ამასთან, მასწავლებელს ეძლევა საშუალება გაკვეთილი წარმართოს ან დისკზე წარმოდგენილი სასწავლო მასალების

არჩევითი გამოყენების საფუძველზე, ან კიდევ მთლიანად იმ მასალებზე დაყრდნობით, რომელიც წარმოდგენილია ზემოთ აღნიშნულ ელექტრომატარებელზე. ამავდროულად, ელექტრონული სახელმძღვანელო იძლევა მასალის გაცნობის, გამეორებისა და განმტკიცების საშუალებას, განსაკუთრებით კი იმ მოსწავლეთათვის/სტუდენტთათვის, რომლებმაც ამა თუ იმ მიზეზის გამო გააცდინეს გაკვეთილი თუ ლექცია, ან უბრალოდ კარგად ვერ გაიგეს ახსნილი მასალა.

უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ ელექტრონული სახელმძღვანელო უბრალოდ არ უნდა იმეორებდეს ბეჭდურ გამოცემებს – ის უნდა იყენებდეს კომპიუტერული ტექნოლოგიების ყველა თანამედროვე მიღწევას.

ელექტრონული სახელმძღვანელოს შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს შემდეგი ელემენტები (ელექტრონული სახელმძღვანელო 2010):

1. ელექტრონული სახელმძღვანელო უნდა შეიცავდეს ტექსტური ინფორმაციის მინიმუმს, რადგან ეკრანზე ტექსტის ხანგრძლივი დროის განმავლობაში კითხვა იწვევს გადაღლას, რასაც შედეგად მოსდევს აღქმისა და მასალის შეთვისების უნარის დაქვეითება. ასევე დიდი მნიშვნელობა აქვს შრიფტის ზომასა და მოყვანილობას. სახელმძღვანელოს ელექტრონული ვერსია იძლევა ტექსტში მნიშვნელოვანი სიტყვებისა თუ ფრაზების გამოკვეთის საშუალებას ფერის ან ფონის შეცვლით, რაც შეუძლებელია ბეჭდურ სახელმძღვანელოში. ეს, ერთი მხრივ, აუმჯობესებს აღქმას, თვალსაჩინოებასა და მთავარ საკითხებზე ყურადღების გამახვილებას, მეორე მხრივ, უნდა ითქვას, რომ გადამეტებულ „სიჭრელეს“ (რასთანაც სიფრთხილე გვმართებს) შეუძლია გამოიწვიოს ყურადღების გაფანტვა და ტექსტის კითხვის გართულება.

2. მსგავსი სახელმძღვანელოები უნდა მოიცავდეს ილუსტრირებული მასალების დიდ რაოდენობას. სახელმძღვანელოს მოცულობის შეზღუდვისა და მისი სხვა კომპიუტერებთან ერთად გამოყენების თვალსაზრისით, მიზანშეწონილია გრაფიკული ფაილების (GIF, JPEG და ა.შ), WMF-ის ტიპის ფერთა გამისა და გრაფიკული ფაილების გამოყენება.

3. ვიდეოფრაგმენტების გამოყენება იძლევა მოვლენებისა და პროცესების დინამიური ასახვის საშუალებას. მიუხედავად ფაილების დიდი მოცულობისა, საჭიროა მათი გამოყენება, რადგან ამ შემთხვევაში იზრდება მოსწავლეთა და სტუდენტთა დაინტერესება და აღქმა, შედეგად კი უმჯობესდება ცოდნის ხარისხი.

4. სწავლების ტრადიციულ ფორმაში, ახალი მასალის ახსნისას, უპირატესობა ენიჭება ვერბალურ საშუალებებს. ელექტრონულ სახელმძღვანელოებში აუდიოფრაგმენტების გამოყენება იძლევა არა მხოლოდ მასალის ახსნის პროცესის ტრადიციულ ფორმებთან მიახლოების, არამედ ახალი მასალის აღქმის გაუმჯობესების საშუალებასაც კი, რის შედეგადაც აქტიურდება როგორც მხედველობითი, ისე სმენითი ცენტრები. UNESCO-ს მონაცემების მიხედვით, აუდიოაღქმის პირობებში, მოსწავლის მიერ აითვისება ინფორმაციის მხოლოდ 12%, ვიზუალურის შემთხვევაში – 25%, ხოლო აუდიოვიზუალურის შემთხვევაში – 65%.

5. ელექტრონული სახელმძღვანელო უნდა მოიცავდეს სახელმძღვანელოს სხვადასხვა შემადგენელ ელემენტსა და სხვა მსგავსი სახელმძღვანელოების ვებგვერდზე გადასვლის საშუალებას. სასურველია, თითოეულ ამგვარ სახელმძღვანელოს თან ახლდეს სასურველ გვერდზე სწრაფად გადასვლის „მენიუ“.

6. შესაძლებელი უნდა იყოს კომპიუტერული პროგრამების გამოყენებით მაგალითების, ტესტირებისა და სხვა სახის პრაქტიკული სავარჯიშოების ვიზუალურად ჩვენების საშუალება.

7. განსაკუთრებული დიდაქტიკური მნიშვნელობა გააჩნია ტექსტური, გრაფიკული და სხვა სახის მასალის ერთიანობაში წარმოდგენას. ახალი ინფორმაციის აღქმის ხარისხი, განზოგადებისა და ანალიზის საშუალება, ინფორმაციის დამახსოვრებისა და შენახვის სიჩქარე, საგანმანათლებლო ინფორმაციის ათვისების სისრულე – მეტწილად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რომელ გვერდზე (კომპიუტერის ეკრანზე) და რა თანმიმდევრობით არის განთავსებული კონკრეტული ინფორმაცია. რადგან, ბეჭდური გამოცემისგან განსხვავებით, სადაც შესაძლებელია ერთდროულად ორი გვერდის დათვალიერება, შუალედში მოყოლილი ფურცლების ხელში მოქცევით, ამის გაკეთება ელექტრონულ სახელმძღვანელოებში შეუძლებელია. აქედან გამომდინარე, ელექტრონული სახელმძღვანელო უნდა იძლეოდეს ნებისმიერი გვერდის მონიშვნის, შემდგომში კი მათი ჩამონათვალის დემონსტრირების საშუალებას, ნებისმიერი თანმიმდევრობის მიხედვით.

8. ელექტრონული სახელმძღვანელო უნდა სთავაზობდეს თავის მომხმარებელს რეკომენდებული ლიტერატურის ნუსხას, რომელიც გამოიცემა ტრადიციული ბეჭდური ფორმით, რომელთა გავრცობა შესაძლებელია არა მხოლოდ ჟურნალ-



გაზეთების სტატიების, სამეცნიერო კონფერენციების კრებულთა და ა. შ. ელექტრონული მისამართებით (ლინკებით), არამედ ინტერნეტში და საგანმანათლებლო დაწესებულების სერვერზე განთავსებული ელექტრონული პუბლიკაციების ელექტრონული მისამართებით.

ელექტრონულ სახელმძღვანელოებთან ერთად, აღსანიშნავია საგანმანათლებლო, სამეცნიერო და მხატვრული ლიტერატურის საკმაოდ მდიდარი ინტერნეტრესურსი, რომლის გამოყენება აძლიერებს და ავითარებს ადამიანის გონებრივ შესაძლებლობებს. საჭიროა მათ შესახებ ინფორმირებულობა და სათანადო კომპეტენციების დაუფლება.

საინტერესო სიახლედ და დადებით პერსპექტივად მიგვაჩნია ბიბლიოთეკების ელექტრონულ ქსელში ჩართვა და ისეთი სისტემის დანერგვა, რომელსაც „რიდერებით სარგებლობას“ უწოდებენ (კომპიუტერში ლიტერატურის გადაფურცვლით წაკითხვა).

თანამედროვე კომპიუტერული ტექნოლოგიები საშუალებას აძლევს ნებისმიერ პედაგოგს განავრცოს თავისი მეთოდური ტექნოლოგიები მულტიმედიური საშუალებებით. ერთ-ერთ ასეთ საშუალებას წარმოადგენს სხვადასხვა ქვეყანაში აპრობირებული, ინტერაქტიული „სმარტდაფები“ (მოზრდილი სენსორული დაფა, რომელიც კომპიუტერის სამუშაო მაგიდის გადიდებულ ვერსიას გვიჩვენებს (სმარტდაფა 2011)), რომლებიც ხელს უწყობს პედაგოგებს ახალი ტექნიკური შესაძლებლობების, იდეებისა და საშუალებების გამოყენებით მოსწავლეებში ინტერესის გაღვივებაში, მათი ინტელექტუალური, ემოციონალური და შემოქმედებითი პოტენციალის გამოვლენის მიზნით.

საქართველოში მსგავსი ინიციატივა პირველად განხორციელდა 2011 წლის 15 სექტემბერს, როცა თბილისის პირველ ექსპერიმენტულ სკოლაში გაიხსნა „ჯეოსელის კლასი“, ხოლო ამავე წლის 7 ნოემბერს კლასი გაიხსნა ყვარლის მეორე საჯარო სკოლაში (ჯეოსელის კლასი: 1). 2012 წლის 17 სექტემბერს თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიებით აღჭურვილი კლასი „წარმატებული მომავლისათვის“ ამოქმედდა ქალაქ ბათუმის №8 საჯარო სკოლაში (ჯეოსელის კლასი: 2). „ჯეოსელის“ კლასი ულტრათანამედროვე ტექნიკითაა აღჭურვილი, მასში დამონტაჟებულია ინტერაქტიული სმარტდაფა და ცამეტი მონიტორი.

ულტრათანამედროვე ტექნიკის საშუალებით, მასწავლებლებს საშუალება ეძლევათ ჩაატარონ ინტეგრირებული გაკვეთილები. მონიტორები სასწავლო პროცესში მოსწავლეთა მაქსიმალურ ჩართულობას უზრუნველყოფს. ყვარლის მუნიციპალიტეტში ამოქმედებული „ჯეოსელის“ კლასიდან მოხდა თბილისის პირველ ექსპერიმენტულ სკოლაში არსებულ „ჯეოსელის“ კლასთან ონლაინჩართვა და მოსწავლეებთან გასაუბრება (ჯეოსელის კლასი: 1).

აქვე საინტერესოა იმის აღნიშვნა, თუ რას წარმოადგენს თანამედროვე ეპოქის საგანმანათლებლო-ტექნიკურ სიახლეთა ერთ-ერთი საშუალება, რომელიც ცნობილია „ინტერაქტიული დაფის“ სახელწოდებით: როგორ ფუნქციონირებს, რა ტიპის ინფორმაციულ დაფებს განასხვავებენ, რისთვის იყენებენ და საჭიროა თუ არა მათი სკოლებში გამოყენება.

„ინტერაქტიული დაფა წარმოადგენს უზარმაზარ სენსორულ პანელს, რომელზედაც მიერთებული კომპიუტერიდან ხდება სამუშაო მაგიდის გამოსახულების პროეცირება პროექტორის საშუალებით, რაც იძლევა სწავლების პროცესში ადამიანის ყველა აუცილებელი სენსორული სისტემის, კერძოდ კი – ვიზუალურის, სმენითისა და კინესთეტიკურის (მაღალი მგრძნობელობა შეხების მიმართ) გამოყენების საშუალებას“ (ინტერაქტიული დაფა 1).

ამგვარი განლაგების დაფებს „პირდაპირი პროექციის დაფებს“ უწოდებენ, რადგან, ხშირ შემთხვევაში, პროექტორს განალაგებენ უშუალოდ პანელის წინ, ან ჭერში ისეთი დახრილი კუთხით, რომ პროექტორიდან გადმოცემული გამოსახულება პირდაპირ დაფაზე აისახებოდეს. ინტერაქტიული დაფების ეს სახეობა წარმოადგენს ყველაზე მარტივ ფორმას, მაგრამ, ამავდროულად, მას გააჩნია მნიშვნელოვანი უარყოფითი მხარე – მისი გამოყენების შემთხვევაში, მასწავლებელი იძულებულია იდგეს გვერდულად, რათა არ მოხდეს პროეცირებული გამოსახულების გადაფარვა. მსგავსი ნაკლოვანება არ გააჩნია უკუპროექციის ინტერაქტიულ დაფას, რომლის გამოყენების დროს პროექტორს ამაგრებენ უშუალოდ სენსორული ეკრანის უკან, ხოლო პედაგოგი, დაფასთან მიახლოების დროს, არ ფარავს ეკრანზე მოცემულ გამოსახულებას, რაც ძალზე მოსახერხებელ და მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს დაფასთან მუშაობის პროცესში. გარდა ამისა, პროექტორის შუქი არ ხვდება პედაგოგს

თვალში და არ აფერხებს მის მიერ მასალის წარდგენის მსვლელობას (ინტერაქტიული დაფა 2).

უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ ინტერაქტიულ დაფებს განასხვავებენ სენსორულ ეკრანზე თითის ან მარკერის (ე. წ. სტილუსის) ადგილმდებარეობის განსაზღვრის სხვადასხვა ტექნოლოგიის გამოყენების მიხედვით, კერძოდ, არსებობს სენსორულ-რეზისტენტური, ოპტიკური, ინფრა-წითელი ტექნოლოგიით აღჭურვილი, ულტრაბგერითი და ელექტრომაგნიტური დაფები (ინტერაქტიული დაფა 2).

✓ **სენსორულ-რეზისტენტური ტექნოლოგია** გამოიყენება ინტერაქტიულ დაფებში, რომლებიც აღჭურვილია ორმაგი ზედაპირით: მათ შორის მოქცეული სენსორები განსაზღვრავენ დაფაზე შეხების არეალს და მიღებულ სიგნალს გადასცემენ კომპიუტერს.

✓ **ოპტიკური ტექნოლოგიები** ასევე იძლევა დაფაზე ნებისმიერი საგნით მუშაობის საშუალებას. ინფრაწითელი ტექნოლოგიის სენსორები „ხედავენ“ საგანს, რომელიც საკმაო მანძილზე უახლოვდება დაფის ზედაპირს, განსაზღვრავენ მის კოორდინატებს, შემდეგ კი მიღებულ სიგნალს გადასცემენ კომპიუტერს.

✓ **ინფრაწითელი და ულტრაბგერითი ტექნოლოგიები** იძლევა დაფასთან მხოლოდ სპეციალური მარკერით მუშაობის საშუალებას. დაფასთან შეხების დროს, მარკერი გადმოსცემს ინფრაწითელ და ულტრაბგერით სიგნალს, რომელსაც აფიქსირებს დაფაზე განთავსებული სენსორები.

✓ **ელექტრომაგნიტური ტექნოლოგია** ასევე გულისხმობს სპეციალური მარკერის გამოყენებას დაფასთან მუშაობის დროს. მარკერის ადგილმდებარეობას, ამ შემთხვევაში, განსაზღვრავს დაფის ზედაპირზე განლაგებული სენსორები.

ყველა ამ დაფის დაყოფა შესაძლებელია 2 პირობით ქვეჯგუფად: დაფები, რომელთა მართვა შესაძლებელია ხელით, და დაფები, რომელთა მართვისათვის აუცილებელია სპეციალური მარკერის გამოყენება. თითოეულ მათგანს გააჩნია საკუთარი უპირატესობები: ერთ შემთხვევაში ის განისაზღვრება მართვის სიმარტივითა და სისწრაფით, ზედმეტი ხელსაწყოების გამოყენების გარეშე, ხოლო მეორე შემთხვევაში – მარტივია ისეთი დავალებების შესრულება, რომელთათვის აუცილებელია შეხების სიზუსტის განსაზღვრა.

ინტერაქტიული დაფების გამოყენება შესაძლებელია არა მხოლოდ სკოლებში და უმაღლეს სასწავლებლებში, არამედ სკოლამდელი აღზრდის დაწესებულებებშიც კი (სადაც ის გარკვეულწილად აღიქმება, როგორც საინტერესო სათამაშო). ამ მხრივ, მათ შორის განსხვავებას წარმოადგენს სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის განკუთვნილი ინფორმაციის მიწოდება და ასახვა, ინფორმაციისა, რომელიც გამოირჩევა შესასრულებელი დავალების სიმარტივით (ნახატების შერჩევა, ფერებისა და რიცხვების შესაბამისად სურათების დალაგება, მარტივ კითხვებზე პასუხის გაცემა, მარტივი ამოცანების შესრულება და ა. შ.).

სასურველია სკოლებსა და უმაღლეს სასწავლებლებში ინტერაქტიული დაფების გამოყენება ელექტრონული ინტერაქტიული ინსტრუმენტების სახით, როგორც თანამედროვე, მძლავრი, საჭირო ინფორმაციის მოძიების უსწრაფესი გზა, მიღებული ინფორმაციის მარტივად აღქმის საშუალება, და როგორც კლასში ურთიერთობის შემოქმედებითი ატმოსფეროს ფორმირების საშუალება.

ინტერაქტიული დაფების სასკოლო გაკვეთილებზე გამოყენებით, მასწავლებელს საშუალება ეძლევა მონიტორის მეშვეობით თვალყური ადევნოს მოსწავლეების მუშაობის პროცესს, საჭიროების შემთხვევაში გაუწიოს მათ დახმარება, გაუგზავნოს კომენტარი. ამასთან (ჯეოსელის კლასი 1; ინტერაქტიული დაფა 1):

- ✓ მრავალფუნქციურ საკლასო ოთახში შესაძლებელია ჩატარდეს: ინგლისურის, ქართულის, ქიმიის, ბიოლოგიის, ფიზიკის, გეოგრაფიის, გეომეტრიის გაკვეთილები;
- ✓ ინტერაქტიული დაფების გამოყენებით, მასწავლებლებს ეძლევათ საშუალება გაცილებით უფრო ნათელი გახადონ თავიანთი გაკვეთილები, შეარჩიონ სწავლების სხვადასხვა სტილი, იმუშაონ სხვადასხვა დანართითა და რესურსებით, მოახდინონ სწორი ორიენტაცია სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფის მოთხოვნილებების გათვალისწინებით შესასწავლი მასალის მრავალფეროვნებაში;
- ✓ ინტერაქტიული დაფების გამოყენება გაცილებით უფრო საინტერესოს და სახალისოს ხდის გაკვეთილს. სამუშაო პროცესში მომენტალურად ერთვებიან ყველაზე ნაკლებად დაინტერესებული მოსწავლეებიც კი, რადგან თავადაც მშვენივრად ახერხებენ ორიენტაციას ციფრულ სამყაროში, და აქტიურად იყენებენ ყოველდღიურ ცხოვრებაში სხვადასხვა სახის ელექტრონულ საშუალებებს;

✓ ინტერაქტიული დაფა გაკვეთილზე – ეს არის შეუცვლელი ხელსაწყო დამოუკიდებელი, კოლექტიური მუშაობის ორგანიზებისათვის, დისკუსიებისათვის, ყველა იმ პროცესისათვის, რომელთა საშუალებით ხდება მოსწავლეთა მიერ არგუმენტირებისა და საკუთარი აზრის გადმოცემის უნარების განვითარება;

✓ ინტერაქტიულ დაფაზე წინასწარ მომზადებული მეცადინეობების მასალები (დიაგრამები, ნახატები, ტესტები, ტაბულები, მუსიკა, რუკები, გაკვეთილის სხვა რესურსები) იძლევა გაკვეთილის სწრაფი ტემპის შენარჩუნების საშუალებას. მოსწავლეებსა და მასწავლებელს არ უხდებათ დროის ხარჯვა ტექსტის ჩვეულებრივ დაფაზე დასაწერად ან ეკრანიდან კლავიატურაზე გადასასვლელად. ონლაინრეჟიმში ინტერაქტიულ დაფაზე შესაძლებელია გაკვეთილის მასალებთან მუშაობა – კომენტარების გაკეთება, შესწორებების, დამატებითი ინფორმაციის შეტანა, მთელ სამყაროსთან კავშირის დამყარება ინტერნეტქსელის საშუალებით;

✓ პედაგოგებს ეძლევათ საკუთარი მეცადინეობების კოლექციების შექმნის საშუალება სხვადასხვა საგნისა და თემის მიხედვით. მათ, ასევე, შეუძლიათ მასალების გაცვლა სხვა პედაგოგებთან, უკვე არსებული, დამუშავებული მასალის გამოყენება და მისი ადაპტირება კონკრეტული აუდიტორიის შესაძლებლობების მიხედვით. ამასთან, ინტერაქტიული დაფები სტიმულს მატებს მასწავლებლებს სწავლებისათვის ახალი მიდგომების ძიებაში, რაც ხელს უწყობს მათ პროფესიონალურ ზრდას;

✓ ინტერაქტიული დაფა იძლევა გაკვეთილზე ერთდროულად გამოსახულების, ტექსტის, ხმის, ვიდეოს, ინტერნეტრესურსებისა და სხვა სახის საჭირო მასალების წარმოდგენის საშუალებას;

✓ მასწავლებლებს, ასევე, ეძლევათ საშუალება შექმნან და განახორციელონ გამოკითხვა რეალური დროის რეჟიმში, მოახდინონ ტესტირების შედეგების დემონსტრირება მოსწავლეების წინაშე. შესაძლებელია გაკვეთილების ჩაწერა, განსხვავებული მასალების, ტესტების, დამოუკიდებელი საკონტროლო ნაშრომების მონაცემთა ბაზის შექმნა. ნებისმიერ მოსწავლეს მიეცემა საშუალება ნებისმიერ დროს დაუბრუნდეს გაკვეთილს, შეისწავლოს გამოტოვებული მასალა, შეამოწმოს საკუთარი თავი;

✓ სხვადასხვა საგნის სწავლებისას გამოყენებული იქნას ვირტუალური ლაბორატორიები და სასწავლო „იარაღები“ (სახაზავი, ტრანსპორტირი, ფარგალი და სხვადასხვა ფიგურის ასაგები ხელსაწყოები);

✓ მოსწავლეებს საშუალება ექნებათ, შეინახონ და შემდგომ გამოიყენონ ჩატარებული გაკვეთილების ელექტრონული ვერსია.

„სასწავლო მასალის გადამუშავების, შექმნისა და წარმოდგენის კიდევ ერთ მედიასაშუალებას წარმოადგენს პრეზენტაციების ე. წ. PowerPoint-ის პროგრამაში მომზადება, რომელიც წარმოადგენს დამოუკიდებლად შესრულებულ დავალებათა, მოხსენებათა, ანგარიშთა და ა. შ. პრეზენტაციის ყველაზე ფართოდ გავრცელებულ ფორმას. PowerPoint-ის გამოყენება იძლევა სწავლების თვალსაჩინოების დიდაქტიკური პრინციპის ახალ საფეხურზე გამოყენებისა და მოსწავლეთა მოტივაციის იმ შემთხვევაში გაზრდის საშუალებას, თუკი თავად პედაგოგმაც და მოსწავლემაც კარგად იციან, თუ როგორ გამოიყენონ სწორად მოცემული პროგრამის რესურსები სასწავლო გეგმის, მომზადების ფსიქოლოგიური ასპექტების, პრეზენტაციის გაფორმებისა და წარმოდგენის შესაბამისად. ელექტრონული პრეზენტაციების სახით წარმოდგენილი მასალა საგრძნობლად ზრდის ჩვეულებრივი სახელმძღვანელოების შესაძლებლობებს ანიმაციის ეფექტების, ხმოვანი და ვიდეორესურსის წყალობით, რადგან კომპიუტერთან მუშაობის პროცესში ჩართულია მოსწავლეების აღქმის სმენითი და ვიზუალური არხები, რაც იძლევა არა მხოლოდ აღსაქმელი ინფორმაციის მოცულობის გაზრდის საშუალებას, არამედ მისი აღქმის ძალის გაზრდის საშუალებასაც“ (Осин 2004:320).

ამასთან, ისევე, როგორც სხვა საგნების შესწავლის დროს, უცხო ენის სწავლებისას, ხშირად, ადგილი აქვს შეუსაბამობას სწავლების მიზანსა და მის საბოლოო შედეგს შორის, რადგან სასწავლო კურსის შეზღუდვა არ იძლევა იმ შედეგს, რომელიც საბოლოოდ მისცემს ადამიანს საშუალებას გამოიყენოს მის მიერ მიღებული ცოდნა რეალურ ცხოვრებაში. ეს ფაქტორი განსაკუთრებით მკაფიოდ ვლინდება რამდენიმე თვეზე გათვლილ უცხო ენის კურსებთან მიმართებაში. აქედან გამომდინარე, ელექტრონული მედიასაშუალებების გამოყენება მოსწავლეებს საშუალებას მისცემს გაკვეთილზევე შეიქმნან რეალური ცხოვრების პირობებში

ყოფნის განცდა (თუნდაც ხანმოკლე პერიოდით), რომლის დროსაც გამოიყენებდნენ იმ ცოდნასა და უნარ-ჩვევებს, რასაც ეუფლებოდნენ მთელი კურსის განმავლობაში.

აქვე უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ თანამედროვე ელექტრონული მედიასაშუალებები (კერძოდ, ელექტრონული წიგნი და ინტერაქტიული დაფა) ყოველთვის როდია ხელმისაწვდომი ყველა პედაგოგისათვის, რაც, თავისთავად, არ უნდა გამორიცხავდეს გაკვეთილის ხარისხის ვარდნას. ამიტომაც პედაგოგი იძულებულია მიმართოს სხვა, ჩვეულებრივ (ტრადიციულ) ხელსაწყოებს, რომელიც მას საშუალებას მისცემს უზრუნველყოს მოსწავლეთათვის გაკვეთილის მიმზიდველობა. იმ შემთხვევაში, თუკი ელექტრონული მედიასაშუალებების გამოყენების დროს უკანა პლანზე გადადის პედაგოგის, როგორც მასალის მიმწოდებლის, როლი და მის მოვალეობას წარმოადგენს ინსტრუქტორის, ანუ სამუშაო პროცესის ხელმძღვანელის ფუნქციის შესრულება, – ასეთ დროს ძირითადი დატვირთვა მოდის თავად მასწავლებელზე, მის პროფესიონალიზმზე, საგნის ძირეულ ცოდნაზე, მეთოდებისა და სასწავლო უნარ-ჩვევების სწორ და დროულ გამოყენებაზე ჯგუფის (აუდიტორიის) დონის გათვალისწინებით.

ამრიგად, მედიაპედაგოგიკის პერსპექტივის გაძლიერებას ხელს უწყობს ახალი ტექნოლოგიები, რომელთა სასწავლო პროცესში ეფექტიანად გამოყენებისათვის საჭიროა ინტერაქტიული მეთოდების ფლობა, პრობლემის მიხედვით ინტერნეტმისამართების კატალოგის შედგენა, მოსწავლეებში ინტერესისა და მოტივაციის ამაღლება.

წყაროებზე დაყრდნობით (ზახაროვა 2007 და სხვები), კვლევებისა და პირადი პედაგოგიური გამოცდილების საფუძველზე, გთავაზობთ რეკომენდაციებს:

1. ტრადიციული დავალებების სპეციალურ ფორმაში დამუშავების საშუალება. პირველ რიგში, ის მოიცავს ჰიპერტექსტის დამუშავების არეალს. მაგალითად, შეტყობინებების, მოხსენებების, ანგარიშების, მულტიმედია-პრეზენტაციების და ა. შ. მომზადება.

2. სწავლების პროცესში დამხმარე ძალა: ელექტრონულ ლექსიკონებთან, ენციკლოპედიებთან, კონკრეტული საგნების სწავლებისას ინტერნეტწყაროებთან მუშაობის პროცესში მედიასაშუალებების შესაძლებლობების წყალობით სასწავლო

მასალის წარმოდგენის დროს ფართოვდება მათი, როგორც ამა თუ იმ ობიექტის თვალსაჩინო მასალის, გამოყენების საშუალება.

3. კომუნიკაციის საშუალება (კომუნიკაციას ელექტრონული მედიასაშუალებები უზრუნველყოფენ კომპიუტერებთან ადგილზე ან მთელი მსოფლიოს მასშტაბით მიერთების საშუალებით, ხშირ შემთხვევაში, ისინი წარმოდგენილია ელექტრონული წერილების, ან ვიდეოკონფერენციების საშუალებით, რომლის დროსაც ბავშვებსაც და პედაგოგებსაც შეუძლიათ ურთიერთობის დამყარება ყოველგვარი საზღვრებისა და მანძილების დაფარვის გარეშე. გარდა ამისა, კომუნიკაციის საშუალებას მიაკუთვნებენ ინფორმაციის ინტერნეტის მოძიებასა და სხვა ადამიანებთან მის გაზიარებას, რითაც ხელი ეწყობა ინფორმაციის ერთდროულ მოხმარებასა და წარმოებას).

4. რეალობის მოდელირების ინსტრუმენტი, რომელიც იძლევა რთული კავშირების აღმოჩენის, სხვადასხვა ქალაქსა და ქვეყანაში ვირტუალური მოგზაურობის, განსხვავებული ხალხების ტრადიციებისა და კულტურის გაცნობის, ახალი ღირშესანიშნაობების დათვალიერების საშუალებას, რომელთა აღქმა შეუძლებელია უბრალო დაკვირვების პირობებში. ხელოვნური სამყაროს კონსტრუირების გზით, ელექტრონული მედიასაშუალებები იძლევა ახალი პედაგოგიური კვლევების ჩატარების საშუალებას (Захарова 2007:192).



## დასკვნები

- კვლევის შედეგების ანალიზის მიხედვით, ზოგადად, მედიასაშუალებებით საქართველოში სარგებლობს თითქმის ყველა ოჯახი და ყველა ბავშვი. პრიორიტეტი ენიჭება ტელევიზორით, კომპიუტერით, ინტერნეტით სარგებლობას, თუმცა ოჯახების უმეტესობა არ ზრუნავს შვილებში განავითაროს ის უნარ-ჩვევები, რომლებიც საჭიროა მედიასაშუალებებით გადმოცემული ინფორმაციის დახარისხებისა და მიზნობრივად გამოყენების თვალსაზრისით.

- მედიასივრცე ოჯახში მრავალფეროვანია, დიდია მისი გავლენა ბავშვის ცხოვრებაზე. იგი უსმენს ან უყურებს იმას, რაც მშობლებს სურთ, ან, უმეტესად, სრულიად თავისუფალია არჩევანში და მშობლების მხრიდან ყოველგვარი კონტროლის, რჩევის გარეშე უსმენს და უყურებს იმას, რაც სურს ან შემთხვევით შეხვდა.

- თანამედროვე მოზარდი ცხოვრობს მრავალრიცხოვანი მედიაშესაძლებლობების სამყაროში, სადაც ბავშვს აუცილებლად სჭირდება გარკვეული ცოდნა სტიქიურად მომდინარე განუსაზღვრელი რაოდენობის ინფორმაციის მისთვის საჭირო ინფორმაციად დახარისხების, გაცნობისა და გამოყენების მიზნით.

- ინტერნეტწყაროების, უახლესი საერთაშორისო კვლევების ანალიზის მიხედვით, ბავშვებს არჩევანის სრული თავისუფლება აქვთ კომპიუტერთა და ინტერნეტით სარგებლობის შემთხვევაში. მათ ხელი მიუწვდებათ ყველანაირი შინაარსისა და ფორმის ინფორმაციაზე. აუცილებელია მომზადდეს კანონმდებლობა და სპეციალური პროგრამები „ინტერნეტმედიის“, ინტერნეტის ზემოქმედებისაგან დაცვის, ინტერნეტრესურსების სწორად, საგანმანათლებლო და აღმზრდელობითი მიზნით გამოყენებისათვის.

- წყაროების, უახლესი კვლევების ანალიზის მიხედვით, მედიასაშუალებებთან განუსაზღვრელი დროით ურთიერთობა ბავშვში იწვევს ბრაზიანობას, იმპულსურობას, გაღიზიანებას, ხელს უშლის ბავშვის ნორმალურ განვითარებას,

ზღუდავს მის პირად საურთიერთობო სივრცეს ოჯახის წევრებთან, წარმოშობს შფოთს, აგრესიულობას, სიჯიუტეს. ბავშვის ფსიქიკა განიცდის სერიოზულ ტრამვას, რაც ვლინდება შიშში, მშფოთვარე ემოციურ მდგომარეობაში, მარტოობის სურვილში, ენაბლუობაში, უძილობაში, გულგრილობაში, უხეშობაში. ფიზიკური მდგომარეობა უარესდება, ვლინდება მხედველობის დაქვეითება, ხერხემლის გამრუდება, გადაჭარბებული წონა, რაც აუარესებს გულ-სისხლძარღვთა სისტემას; უმოძრაო მდგომარეობაში ყოფნა ენერჯიას წარმართავს არასასურველი ქმედებისაკენ.

- საბავშვო გადაცემისადმი დამოკიდებულების შესწავლა შემდეგ სურათს გვაძლევს: ერთის მხრივ, ტელეკომპანიები გვთავაზობენ საბავშვო გადაცემებს, ხშირად საინტერესოს, მაგრამ არა მრავალფეროვანს და არცთუ სასურველ დროს; მეორე მხრივ, ტელევიზიას ბავშვის ცხოვრებაში დიდი ადგილი უჭირავს, ანუ ისინი უყურებენ როგორც საბავშვო გადაცემებს, ისე სხვა დანარჩენს.

- წყაროების, უახლესი კვლევების ანალიზის მიხედვით, საქართველოს სატელევიზიო სივრცეში მოქმედებს გარკვეული შეზღუდვები სატელევიზიო პროდუქციის მომზადების და ეთერში გაშვების დროს ბავშვთა ინტერესების დაცვის მიზნით, თუმცა ეს წესები ხშირად არ სრულდება. ამასთან, არსებული წესები მოძველებულია და საჭიროებს გადახედვას. საჭიროა:

- ა) უკვე მოქმედი წესების (შეზღუდვების) შესრულებაზე კონტროლის გამკაცრება;

- ბ) არსებული წესების (შეზღუდვების) მოქმედების პერიოდის შეცვლა (დამაფიქრებელია კვლევის შედეგები, რომ ბავშვების დიდი ნაწილი გვიან ღამემდე უყურებს სატელევიზიო გადაცემებს);

- გ) ყურადღების გამახვილება ბავშვებისათვის ტელეპროგრამების სწორად შერჩევაზე, საგანმანათლებლო პროგრამების რაოდენობისა და ხარისხის გაუმჯობესებაზე, ბავშვთა აუდიტორიის ინტერესების შეფასებასა და დაცვაზე.

- კვლევების და ლიტერატურის ანალიზის მიხედვით, დადებითი შედეგის მომტანია საბავშვო გადაცემაში ბავშვების მიერ წამყვანების, რეპორტიორების, ჟურნალისტების როლის მორგება და ამ გზით ამ პროფესიის ადამიანებისთვის დამახასიათებელი უნარ-ჩვევების დაუფლება. მსგავსი გადაცემები საშუალებას აძლევს ბავშვებს, მოახდინონ საკუთარი აზრების ფორმულირება, გაუწიონ ორგანიზება გადაღებებს, იმუშაონ ზრდასრულ ადამიანებთან და აითვისონ კომუნიკაციის უნარ-ჩვევები. აქედან გამომდინარე, პედაგოგებმა მოზარდები უნდა მოამზადონ მედიასთან ურთიერთობისთვის, რათა მათ შეძლონ იმ ინფორმაციისა და ქცევის მოდელების შეფასება, რომლებსაც ამზადებენ და ავრცელებენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები.

- მედიასაშუალებებთან ურთიერთობა თითოეულ ადამიანზე ახდენს ზეგავლენას ყველა იმ მიმართულებით, რასაც მოიცავს მედიაგადაცემათა შინაარსი, – ეს იქნება განათლება, აღზრდა, შეგნება, ქცევა, რეაქცია, შეხედულებები, საკუთარი აზრის გამოთქმა, ინფორმაციის მიღება, აღქმა თუ გავრცელება.

- სამეცნიერო მეთოდური ლიტერატურის ანალიზი ცხადყოფს, რომ საქართველოში თითქმის არ გვხვდება მედიაპედაგოგიკასთან დაკავშირებული კვლევები, სტატიები, ნაშრომები; არ არის არც თარგმნილი ლიტერატურა. ამრიგად, რეალურ საგანმანათლებლო საქმიანობაში მედიასაშუალებები გამოიყენება უფრო სპონტანურად და იგი გეგმიურ ხასიათს არ ატარებს, სამეცნიერო, პედაგოგიურ ლიტერატურაში მედიაპედაგოგიკის საკითხები სათანადო ასახვას ვერ პოულობს.

- ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში მედიარესურსების გამოყენების საშუალებებია:

- ა) ტრადიციული დავალებების სპეციალური ფორმით დამუშავების საშუალება;

- ბ) სწავლების დამხმარე საშუალება;

- გ) კომუნიკაციის საშუალება (ხშირ შემთხვევაში, წარმოდგენილი ელექტრონული წერილების, ან ვიდეოკონფერენციების სახით);

დ) სინამდვილის მოდელირების საშუალება.

- მედიარესურსების გამოყენებით სწავლება/სწავლის ეფექტიანი შედეგების მისაღწევად სწავლება/სწავლის მეთოდების შერჩევის პრინციპებია:

- ა) სასწავლო მიზანთან შესაბამისობა;

- ბ) არსებული მედიარესურსების კატალოგის შედგენა;

- გ) რიდერით სარგებლობა;

- დ) აქტივობების, მიღწეული შედეგების შეფასების შესაძლებლობა.

- სხვადასხვა ქვეყანაში აპრობირებულია და ბოლო წლებში საქართველოშიც ამოქმედებულია საგანმანათლებლო ინფორმაციული ტექნოლოგიების კლასიფიკაცია:

- ა) კომპიუტერული პროგრამების სწავლება;

- ბ) სწავლება კომპიუტერის საშუალებით;

- გ) შეფასება კომპიუტერის საშუალებით;

- დ) კომპიუტერული კომუნიკაციების გამოყენება სასწავლო პროცესში.

- მედიასაშუალებების სასწავლო პროცესში გამოყენებასთან დაკავშირებით, ფსიქოლოგიური საკითხების გათვალისწინება ხელს უწყობს: ყურადღების, ნებისყოფის განვითარებას, დამაბულობის მოხსნას, ინტერესის ამღებებას, შემოქმედებით სტიმულირებას, პირადი თვისებების სრულყოფას, დარწმუნებას იმაში, რომ ყველა წარმატება დამოკიდებულია პირად ძალისხმევაზე, აქტიურობაზე, მიგნებასა და სწორ გადაწყვეტილებაზე, ისეთი ფაქტორების წარმოჩენას, რომლებიც ზეგავლენას ახდენს შემეცნებითი ინტერესების ფორმირებასა და განვითარებაზე.

- სრულიად აშკარაა მედიაგანათლების სფეროში პედაგოგის მიზანმიმართული მომზადების აუცილებლობა, მასში ინფორმაციის აღქმის უნარ-

ჩვევების განვითარება, ვიზუალური გამოსახულებების ვერბალური ასლების კონსტრუირების უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბება, ინფორმაციის თავისებურებების გაგება და მათი პრაქტიკულ საქმიანობაში ჩართვა, ამის შემდეგ კი - ინფორმაციული კომპეტენციის ამაღლებისა და საინფორმაციო მიმდინარეობებთან ურთიერთობის პროცესში თავისუფლების ხარისხის უზრუნველყოფა.

- მედიის სასწავლო-აღმზრდელობით პროცესში გამოყენებისათვის პედაგოგის მზადყოფნისათვის საჭიროა პედაგოგთა სპეციალური გადამზადება სკოლის დონეზე, მიზნობრივად ორგანიზებულ ტრენინგებსა და მომავალი მასწავლებლის მომზადების პროგრამაში ჩართვით.

## გამოყენებული ლიტერატურა

1. ასათიანი 2011: ასათიანი სანდრო, „სოციალური მედია სკოლაში“. თბილისი - 2011.
2. ბავშვის უფლებები 2011: „ბავშვის უფლებები და ჟურნალისტური პრაქტიკა - უფლებებზე დაფუძნებული მიდგომა“. თბილისი, 2011 წელი (ქართული თარგმანი, გამოცემა - გაეროს ბავშვთა ფონდის საქართველოს წარმომადგენლობა).
3. ევროსაბჭო - 2000: <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=http://assembly.coe.int/Documents/WorkingDocs/Doc00/EDOC8753.htm>.  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
4. ელექტრონული სახელმძღვანელო 2010: <http://pedsovet.org/forum/index.php?autocom=blog&blogid=571&showentry=9618>  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
5. ეროვნული 2011: „ეროვნული სასწავლო გეგმა“ - დამტკიცებული საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის №36/ნ ბრძანებით. თბილისი - 2011
6. იმედაძე 2008: იმედაძე ნათელა, ჯანაშია ნათია, გორგოძე სოფიო „განვითარებისა და სწავლის თეორიები“. თბილისი -2008.
7. იმედი 2012: [www. imedi.ge](http://www.imedi.ge)  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
8. ინტერაქტიული დაფა 1: [http://www.delight2000.com/succes.html?id\\_rub=390269&obj=catalog](http://www.delight2000.com/succes.html?id_rub=390269&obj=catalog)  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
9. ინტერაქტიული დაფა 2: <http://habrahabr.ru/post/118536/>  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
10. კონვენცია 1989: „ბავშვის უფლებათა კონვენცია“ მიღების თარიღი: 1989 წელი.
11. კოდექსი 1999: „საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსი“. თბილისი - 1999  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
12. კონსტიტუცია 1995: „საქართველოს კონსტიტუცია“. თბილისი - 1995

13. კრებული 2011: „მედიაში ბავშვთა საკითხების გაშუქების ეროვნული და საერთაშორისო სტანდარტები”. „სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი”. თბილისი - 2011
14. ლექსიკონი 2008: საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა. „სამოქალაქო განათლების ლექსიკონი”  
<http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=6&t=16607>  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
15. მაკრამი 2011: მაკრამი სარა, ლოტ ჰიუ, „ბავშვებისაგან ინტერვიუს აღება”. თბილისი - 2011
16. მაუწყებელთა .. 2009: „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი”. დამკვიცებულია საქართველოს ეროვნული კომისიის 2009 წლის 12 მარტის №2 დადგენილებით.
17. მაუწყებლობის .. 2004: „მაუწყებლობის შესახებ” საქართველოს კანონი. თბილისი - 2004  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
18. მედია 2005: „მედია და ბავშვთა უფლებები” (პრაქტიკული ცნობარი ჟურნალისტებისათვის). თბილისი - 2005
19. ნარმანია 1971: ნარმანია მ. „ქართული პედაგოგიური პრესის ისტორიიდან”. ჟურნალი „სკოლა და ცხოვრება”. №10. თბილისი - 1971
20. ოგილვი 1999 <http://pravu.ru/razvitie.php>  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
21. პედიატრთა ასოციაცია 2012: <http://www.aap.org/en-us/about-the-aap/aap-press-room/Pages/Kids-in-U-S-Exposed-to-4-Hours-of-Daily-Background-TV.aspx>  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
22. რუსთავი 2 - 2012: [www.rustavi2.com](http://www.rustavi2.com)  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
23. სამართალდარღვევათა კოდექსი 1984: „საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსი” თბილისი - 1984  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
24. სმარტდაფა 2011: <http://www.mes.gov.ge/content.php?id=2242&lang=geo>  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)

25. სურგულაძე 1971: სურგულაძე შ. „სასკოლო გაკვეთილებზე კინოფილმების გამოყენების ფორმებისა და მეთოდების შესახებ”. ჟურნალი „სკოლა და ცხოვრება”. №2. თბილისი - 1971
26. ღულუნაძე 1970: ღულუნაძე ა. „სასწავლო კინოს გამოყენება პოლიტექნიკურ სწავლებაში”. ჟურნალი „სკოლა და ცხოვრება”. №9. თბილისი - 1970
27. ჩარგეიშვილი 2004: ჩარგეიშვილი ნ. „ტელესერიალები და ბავშვები”. ჟურნალი „კარიბჭე”. №3. თბილისი - 2003
28. ცომია 1971: ცომია მ. „შრომის გაკვეთილებზე საეკრანო საშუალებათა გამოყენების გამოცდილებიდან”. ჟურნალი „სკოლა და ცხოვრება”. №4. თბილისი - 1971
29. ხაზარაძე 1971: ხაზარაძე ო. „სწავლების ტექნიკური საშუალებები”. ჟურნალი „სკოლა და ცხოვრება”. №10. თბილისი - 1971
30. ჯემპსონი 2011: ჯემპსონი მაიკ, გელდოლფი ლინ „მედია და ბავშვთა უფლებები“. პრაქტიკული ცნობარი ჟურნალისტებისათვის. მომზადებულია „მედია უაიზის” მიერ გაეროს ბავშვთა ფონდისათვის. საქართველო - 2011
31. ჯეოსელის კლასი 1: <http://www.mes.gov.ge/content.php?id=3029&lang=geo> (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
32. ჯეოსელის კლასი 2: [http://www.8school.edu.ge/index.php?option=com\\_content&view=article&id=164:2012-09-20-11-48-16](http://www.8school.edu.ge/index.php?option=com_content&view=article&id=164:2012-09-20-11-48-16) (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
33. ჯიბლაძე 1971: ჯიბლაძე გ. „დაპროგრამებული სწავლების და სწავლებაში ტექნიკურ საშუალებათა გამოყენების პრობლემები”. ჟურნალი „სკოლა და ცხოვრება”. №4. თბილისი - 1971
34. Andersen 1999: Andersen, N., Duncan B. & Pungente, J.J. Media Education in Canada – the Second Spring. In: Feilitzen, C. von and Carlsson, U. (Eds.). Children and Media: Image. Education. Participation. Geteborg: The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom – 1999



35. **Aufenanger 1996:** Aufenanger, S. „Neue Medien als padagogische Herausforderung. In: Praktische Theologie. N 31. 1996
36. **Baacke 1989:** Baacke, Kubler „QUALITATIVE MEDIEN - UND KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG”. Tubingen - 1989
37. **Benyei-Fazekas 1999:** Benyei-Fazekas, J. „What, When, how and Why? Media Education in Hungary”. In: Educating for the Media and the Digital Age. 1999.
38. **Bevort 1999:** Bevort, E., Cardy H., De Smedt, T., Garcin-Marrou, I. Evaluation des pratiques en education aux medias, leurs effets sur les enseignants et leurs eleves. 1999.
39. **Bazalgette 1992:** Bazalgette, C. „The Politics of Media Education”. Media Education: An Introduction. London - 1992
40. **BFI 2003:** BFI Department for Education. Look Again! The Teaching Guide to Using Film & Television with Three-to Eleven-year Olds. London: British Film Institute – 2003
41. **Brown 1991:** Brown, J.A. Television “Critical viewing Skills” Education: Major Media Literacy Projects in the United States and Selected Countries. 1991
42. **Buckingham 1993:** Buckingham, D. „Children Talking Television: The Making of Television Literacy” London – 1993
43. **Carlsson 2008:** Ulla Carlsson, Samy Tayie, Genevieve Jacquinet-Delaunay Josñ Manuel Pñrez Tornero “Empowerment through media education: an intercultural dialogue”, Sweden – 2008
44. **Chevallier 1980:** Chevallier, J. „Cine-club et action educative”. Paris: CNDP. 1980.
45. **Conseil 1996:** de l’Education aux Medias L’Education `a l’Audiovisuel et aux Medias. Bruxelles: CEM - Conseil de l’Education aux Medias, Fondation Roi Baudouin. 1996.
46. **Conseil 2000:** Conseil de l’Education aux Medias. Au-dela de la technologie – L’education aux medias et au multimedia. Bruxelles: CEM 2000
47. **Conseil 1999:** Conseil de l’Education aux Medias. L’ecole mise @u Net. Bruxelles: CEM - Conseil de l’Education aux Medias 1999
48. **Corominas 1994:** Corominas, A. La comunicacion audiovisual y su integracion en el curriculum. Barcelona: Ed. Grao 1994

49. **Costanzo 1992:** Costanzo, W.V. Reading the Movie. Urbana, Illinois: National council of Teachers of English. 1992
50. **Feilitzen 1999:** Feilitzen, C. von. A Rational for Media Education. In: Educating for the Media and the Digital Age. Vienna: Federal Ministry of Education and Cultural Affairs & UNESCO – 1999
51. **Frau-Meigs 2003:** Frau-Meigs, D. „Media Regulation, Self- Regulation and Education. In: Feilitzen, C. von, Carlsson, U. (Eds.). Promote or Protect? Perspectives on Media Literacy and Media Regulation. Goteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media. 2003
52. **Gerbner 2001:** Gerbner, G. „Communities Should Have More Control over the Content of Mass Media”. Greenhaven Press 2001
53. **Greenaway 1997:** Greenaway, P. Media and Arts Education: A Global View from Australia. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers 1997.
54. **Hiegemann 1994:** Hiegemann & Svoboda „HANDBUCH DER MEDIENPADAGOGIK, OPLADEN”. 1994
55. **Higgins 1964:** Higgins, A.P. Education in Television. In: Hodgkinson, A.W. (Ed.) Screen Education. Paris – 1964
56. **Hobbs 2011:** Hobbs, R. Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom. Corwin Press. 2011.
57. **Huerta 2002:** Huerta, R. Teaching Media in Catalan (Teaching Media in Spain) . In: Hart, A./Suss, D. (Eds.) Media Education in 12 European Countries. Zurich: Swiss Federal Institute of Technology 2002
58. **Huther 1990 :** Huther Schorb, Brehm-Klotz „GRUNDBEGRIFFE DER MEDIENPADAGOGIK, BOBLINGEN”. 1990.
59. **Korac 1999:** Korac, N., Hawkins, J. „Do You Speak Visual? Visual Literacy Program for Children in Countries of Conflict”. In: Educating for the Media and the Digital Age. 1999

60. **Kubey 1998:** Kubey, R. Obstacles to the Development of Media Education in the United States. *Journal of Communication*. 1998
61. **Lemish 2007:** Lemish, D. *Children and Television: A Global Perspective*. Oxford, UK: Blackwell. 2007.
62. **McMahon 1997:** McMahon, B. and Quin, R. *Living with the Tiger: Media Education Issues for the Future*. In: Kubey, R. *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick and London: Transaction Publishers – 1997
63. **Moore 1969:** Moore, G.J. The Case for Screen Education. In: Stewart, F.K. and Nuttall, J. *Screen Education in Canadian Schools*. Toronto: Canadian Education Association – 1969
64. **NAMLE 2007:** National Association for Media Literacy Education “CORE PRINCIPLES OF MEDIA LITERACY EDUCATION in the UNITED STATES” the United States - 2007
65. **Pungente 1987:** Pungente John. „Canada's Key Concepts of Media Literacy” 1987  
<http://www.medialit.org/reading-room/canadas-key-concepts-media-literacy>  
 (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომარეობით)
66. **Rivoltella 2001:** Rivoltella, P.-C. „Media education. Modelli, esperienze, profilo disciplinare”. Roma: Carocci. 2001
67. **Schretter 1999:** Schretter, D. EAAME/AEEMA: European Association for Media Education. In: *Educating for the Media and the Digital Age*. Vienna: UNESCO, Federal Ministry of Education and Cultural Affairs. 1999
68. **Share 2007:** Jeff Share, Elizabeth Thoman “ Teaching DEMOCRACY: A Media Literacy Approach” LOS ANGELES, CALIFORNIA – 2007
69. **Sim 1977:** Sim, J.C. Mass Media Education in the U.S.A. In: *Media Studies in Education*. Paris: UNESCO. 1977
70. **Stewart 1969:** Stewart, F.K. and Nuttall, J. What’s the Idea? In: Stewart, F.K. and Nuttall, J. *Screen Education in Canadian Schools*. Toronto: Canadian Education Association – 1969

71. **Taillon 2010:** Taillon G. „Children and the Mass Media”  
<http://incompanyenglishathena2010.blogspot.com/2010/10/children-and-mass-media-how-setting.html>  
 (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
72. **Tulodziecki 1989:** Tulodziecki, G. „MEDIENERZIEHUNG IN SCHULE UND UNTERRICHT, BAD HEILBRUNN”. 1989
73. **UNESCO 2008:** The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization “ICT COMPETENCY STANDARDS FOR TEACHERS” the United Kingdom – 2008
74. **UNESCO 2002:** UNESCO 2000 - The Seville Recommendation. In: Youth Media Education. Paris: UNESCO.
75. **UNESCO 1978:** UNESCO 1978 - Declaration of Fundamental Principles Concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, to the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, Apartheid and Incitement to War. In: Gerbner, G., Mowlana, H. and and Nordenstreng, K.
76. **Velde 1997:** Velde Ch. „Crossing borders: an alternative conception of competence”. 1997.
77. **Benaron 1996:** Benaron Jessica „Peril of children’s TV; toddlers allowed to watch hours of programmes can go through life with speech problems, says expert. The Daily Mail. London - 1996  
[http://jessiesjets.blogspot.com/2005/09/articles\\_112729835810206709.html](http://jessiesjets.blogspot.com/2005/09/articles_112729835810206709.html)  
 (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომარეობით)
78. **Worsnop 2000:** Chris M. Worsnop “Media Literacy Through Critical Thinking”. Washington-2000
79. **Worsnop 1994:** Worsnop, C. Screening Images: Ideas for Media Education. Mississauga: Wright Communication, 1994
80. **Аврамов 2003:** Аврамов Д.С. Профессиональная Этика журналиста. Издательство Московского университета 2003.
81. **Алборова 1999:** Алборова С.З. Телекоммуникации как средство развития познавательного интереса учащихся. Владикавказ-1999.

82. **Баженова 2004:** Баженова Л.М. Медиаобразование школьника (1-4 классы). М.: Изд-во Ин-та художественного образования Российской Академии образования, 2004.
83. **Батенькина 2009:** Батенькина О. В., Матвейук О. В. Виртуальные лабораторные работы: методы и технологии управления информацией в образовательном процессе (<http://info-alt.ru/>) (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
84. **Бахур 2012:** Бахур И. Ю. “Использование программно-прикладных средств обучения в образовательном учреждении.”- 2012  
[http://katerinabushueva.ru/publ/ikt\\_v\\_obrazovanii/ikt\\_v\\_obrazovanii/interaktivnye\\_doski\\_v\\_obrazovanii/4-1-0-5](http://katerinabushueva.ru/publ/ikt_v_obrazovanii/ikt_v_obrazovanii/interaktivnye_doski_v_obrazovanii/4-1-0-5) (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
85. **Библер 1991:** Библер В.С. От наукоучения – к логике культуры. Два философских введения в двадцать первый век. М.: Политиздат, 1991
86. **Валиева 2009:** Валиева Р.Р. „Влияние массовой культуры на поведение подростков”. Уфа – 2009.
87. **Ворошилов 2001:** Ворошилов В.В. Журналистика. Учебник 3-е издание. Издательство Михайлова В.А. Санкт-Петербург 2001.
88. **Гунтарова 2005:** Гунтарова И.В. О последствиях восприятия телевизионной информации школьниками. Воспитание школьников. 2005. № 9.
89. **Денисов 2009:** Денисов М. “Воспитание подрастающего поколения и средства массовой информации: проблемы и перспективы”. 2009  
<http://www.russned.ru/kultura/vospitanie-podrastayuschego-pokoleniya> (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
90. **Джуринский 1998:** Джуринский А. Н. Сравнительная педагогика: Учеб. пособие для студ. сред. и высш. пед. учеб. заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 1998.
91. **Егорова 1995:** Егорова Ю. Н. Мультимедиа в образовании - технология будущего. Новые технологии обучения, воспитания, диагностики и творческого саморазвития личности: Материалы. Третьей Всероссийской научно - практической конференции. - Йошкар-Ола, - 1995г

92. **Егорова 1999:** Егорова Ю.Н., Морозов М.Н., Кириллов В.К. Мультимедиа технология как комплексное средство повышения качества обучения в общеобразовательной школе. Материалы Региональной научно - практической конференции Чебоксары, ЧТУ им. И. Н. Ульянова, 1999 г
93. **Журин 1998:** Журин А.А. Включение внешкольной информации в контекст базового образования. Перспективы развития общего среднего образования: Сборник научных трудов. М.: ИОСО РАО, 1998.
94. **Зазнобина 2000:** Зазнобина Л.С. Технология интеграции медиаобразования с различными учебными дисциплинами. На пути к 12-летней школе: Сборник научных трудов. - М.: ИОСО РАО, 2000.
95. **Запевалина 2008:** Запевалина О.В. К вопросу о компетентности и компетенции в российской педагогике (в контексте медиаобразования). Юбилейный год. Кафедра педагогики ИГЛУ: история и современность. Иркутск - 2008.
96. **Захарова 2003:** Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003.
97. **Захарова 2007:** Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании : Учеб. пособие для вузов. И.Г. Захарова. – М.: Академия, 2007.
98. **Иванов 2001:** Иванов М.С. 2001 Формирование зависимости от ролевых компьютерных игр. (<http://www.flogiston.ru>) (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომარეობით)
99. **Канаво 2004:** Канаво В.А. Интернет – технологии в образовании. Педагогическая наука и практика: проблемы и перспективы. Сб. науч. статей. Москва - 2004.
100. **Кашин 2007:** Кашин И. А. Мультимедиа в электронной поддержке обучения. Открытая всероссийская конференция «Преподавание информационных технологий в России-2007

101. **Кирюшкин 1958:** Кирюшкин Д.М. Методика преподавания химии в средней школе: Пособие для учителей. М.: Учпедгиз, 1958
102. **Клемешова 1999:** Клемешова Н.В. Мультимедиа как дидактическое средство высшей школы. Калининград-1999.
103. **Кочегарова 2008:** Кочегарова Л. В. Мультимедийные средства в образовательном процессе: терминология и классификация. Интернет-журнал "Эйдос". 2008.
104. **Колесникова 2008:** Колесникова В.И. "ИКТ - КОМПЕТЕНЦИИ УЧАЩИХСЯ КАК ОСНОВА СТАНОВЛЕНИЯ НОВОГО КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ" Минеральные Воды, Ставропольский край - 2008
105. **Ливингстон 1999:** Соня Ливингстон "Дети и медиа: Британская культура "экранных развлечений"  
<http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/livingstone01.htm>  
(2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომარეობით)
106. **Мантуленко 2006:** Мантуленко В.В. Современнее подходы к решению проблем неблагополучия в семье: Материалы городской научно-практической конференции 22-23 ноября 2005 г. - Самара: СМИУ, 2006.
107. **Машбиц 1988:** Машбиц Е.И. Психолого-педагогические проблемы компьютеризации обучения: (Педагогическая наука – реформе школы). – М.: Педагогика, 1988.
108. **Мильруд 2004:** Мильруд, Р. П. Компетентность в изучении языка. Иностранные языки в школе. 2004. - № 7.
109. **Морозова 1979:** Морозова Н.Г. Учителю о познавательном интересе. М., 1979
110. **Оранж 2007:** Оранж Т., Флинн Л. Медиадиета для детей. М. СПб., 2007
111. **Осин 2004:** Осин А.В. Мультимедиа в образовании: контекст информатизации: Научно-метод. М.: Агентство «Издательский сервис», 2004.

112. **Панюкова 1998:** Панюкова С.В. Информационные телекоммуникации в личностно-ориентированном обучении. – М.: Прогресс, 1998.
113. **Панютина: 2011:** Александра Панютина „Дети и телевизор”. 2011  
<http://www.justlady.ru/articles-125397-rebenok-i-televizor>  
 (2012 წლის 1 სექტემბრის მდგომრეობით)
114. **Попова 2007:** Попова Лариса. „Формирование информационно-коммуникационной компетентности у студентов педагогического колледжа в процессе изучения информатики”. Братск - 2007
115. **Потятиник 2004:** Потятиник Б.В. Медіа; ключі до розуміння – Львів: Паіс, 2004.
116. **Фёдоров 2001:** Фёдоров А.В. „Медиаобразование: история, теория и методика”. Ростов-на-Дону: Изд-во ЦВВР, 2001
117. **Федоров 2001:** Федоров А.В. Молодежь и медиа: проблемы и перспективы. Вестник Российского гуманитарного научного фонда. № 1, 2001
118. **Федоров 2004:** Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. - Таганрог: Изд-во Кучма, 2004
119. **Федоров 2007:** Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007.
120. **Федоров 2007:** Федоров А..В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М., 2007.
121. **Фёдоров 2010:** Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010.
122. **Цымбаленко 1998:** Цымбаленко С.Б., Шариков А.В., Щеглова С.Н. Российские подростки в информационном мире. М.: ЮНПРЕСС, 1998.



123. **Челышева 2002:** Челышева И.В. Федоров А.В., Медиаобразование в России: краткая история развития. Таганрог: Познание, 2002.
124. **Челышева 2008:** И.В. Челышева, « Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности», 2008
125. **Шадриков 2004:** Шадриков, В. Д. Новая модель специалиста: инновационная подготовка и компетент-ностный подход. Высшее образование сегодня. - 2004. - №8.
126. **Шариков 1991:** Шариков А.В., Черкашин Е.А. Экспериментальные программы медиаобразования. – М.: Академия педагогических наук, НИИ средств обучения, 1991
127. **Щукина 1971:** Щукина Г.И. Проблема познавательного интереса в педагогике. – М.: Педагогика, 1971.
128. **Якушина 1999:** Якушина Е.В. Обучение подростков целенаправленному поиску информации и работе в сети Интернет. Сб. материалов научно-практической конференции молодых ученых «Педагогические технологии в средней общеобразовательной школе: проблемы и перспективы». – М.: ИОСО РАО, 1999