

ВПЛИВ МЕДІАОСВІТИ НА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

А.О.Шабунова

аспірант, викладач кафедри філософії

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут»

У статті наголошується на необхідності виховання культури сприйняття, розуміння, аналізу інформації, формування уявлення про механізми й наслідки її впливу в умовах надлишку інформації.

Ключові слова: інформаційне суспільство, медіаосвіта.

У сучасну епоху, що характеризується переходом до інформаційного суспільства, економіки знань, глобалізацією виробничих систем, все більшої ваги набирають інтеграційні процеси в світовій системі вищої освіти, які знайшли своє втілення в Болонському процесі в Європі та Україні. У контексті інтеграції вищої освіти України до європейського освітнього простору необхідними стають мобільність молодих спеціалістів, їх готовність працювати в мультинаціональних проектах, в різних культурних контекстах, ефективно отримувати інформацію із медіа-середовища. Нові комунікаційні технології інформаційного суспільства змінюють умови навчання, праці, відпочинку. Змінюється статус мас-медіа: із посередників між суб'єктами соціальної взаємодії, розповсюджувачів і тиражувальників інформації для аудиторії, мас-медіа перетворюються на самостійних творців віртуальної реальності. Медіа вже стали невід'ємною частиною загальної культури людства, що створює нові виклики у науковій психологічній спільноті й вищій освіті.

Інформаційне суспільство як нова історична фаза розвитку цивілізації, в якій головними продуктами виробництва є інформація та знання, характеризується збільшенням ролі медіа ресурсу в житті суспільства.

Метою роботи є розглядання медіаосвіти як процесу творення особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа), з метою формування культури спілкування з медіа, критичного мислення, здатності повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу й оцінки медиатекстів, навчання різним формам самовираження за допомогою медиатехніки, реалізації творчого потенціалу.

Медіаграмотність допомагає людині активно використовувати тиможливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографа, преси, Інтернету, допомагає краще зрозуміти мову екранних мистецтв. Активного поширення медіаосвітній напрямку набув у другій половині ХХ ст., коли постала проблема готувати тих, хто навчається, до життя

в інформаційному суспільстві, формувати в них уміння користуватися інформацією в будь-якому вигляді, здійснювати комунікації, усвідомлювати наслідки впливу на людину засобів інформації, особливо засобів масової комунікації [2, 352].

Зокрема, в Німеччині існують науково-дослідні інститути, котрі виконують наукові дослідження у цій галузі. У медіапедагогіці німецькі фахівці, наприклад, виділяють два взаємозв'язані між собою напрями:

- суспільно-критична медійна педагогіка, яка має на меті зміну суспільства через такі її засоби, як здатність ідеологічної критики; здатність впливу на медіасистему; здатність використання альтернативних медій.
- політично-мотивована медійна педагогіка, яка ставить собі за мету боротьбу проти маніпуляцій за допомогою медій. [3, 278].

Медіаосвіта, яка послуговується різними комунікативними мережами, спроможна задовольнити інтелектуальні потреби особистості повною мірою. За допомогою медіаосвіти, інтерес до якої в останні роки значно зріс, особистість здобуває інформаційну свободу – право одержувати інформацію, необхідну для життя, розвитку й професійної діяльності, висловлювати свої погляди з приводу тих або інших явищ і подій, передавати інформацію (і що більш важливо – знання) іншим людям.

Постіндустріальному суспільству необхідні люди, які вміють самостійно мислити, здатні до самореалізації. Технології та ідеологія потрясали основи капіталізму двадцять першого сторіччя. Технологія робить кваліфікацію і знання єдиним джерелом стійкої стратегічної переваги, зазначає американський економіст Лестер Туроу. Сучасний роботодавець інформаційного суспільства зацікавлений у працівникові, який:

- уміє думати самостійно і вирішувати різноманітні проблеми (тобто застосовувати отримані знання для їх вирішення);

- може критично і творчо мислити;
- володіє значним словниковим запасом, який базується на глибокому розумінні гуманітарних знань.

В умовах надлишку різноманітної інформації, першочерговим завданням сучасної вищої освіти є виховати культуру сприйняття, розуміння, аналізу інформації, формувати уявлення про механізми й наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів. Однобічна або перевернена інформація (яка передається, приміром, телебаченням, що володіє великою силою пропагандистського впливу), безсумнівно, має потребу в осмисленні. От чому вважається корисним, щоб молодь могла розрізняти: розходження між наданими (потребують перевірки) та загальновідомими фактами; надійність джерела інформації; упередженість судження; неясні або двозначні аргументи; логічну несумісність у ланцюзі міркування.

Серед базових медіаосвітніх моделей, що мають безпосередній естетичний компонент, науковці виокремлюють такі:

- *освітньо-інформаційні моделі* (вивчення теорії та історії, мови медіакультури та ін.), ґрунтуються в основному на культурологічній, естетичній, семіотичній, соціокультурній теоріях медіаосвіти;

- *естетичні моделі* (спрямовані перш за все на розвиток художнього смаку та аналіз кращих творів медіакультури), ґрунтуються на естетичній/художній і культурологічній теоріях медіаосвіти;

- *соціокультурні моделі* (соціокультурний розвиток творчої особистості стосовно сприйняття, уяви, зорової пам'яті, інтерпретації, аналізу, самостійного, критичного мислення стосовно медіатекстів будь-яких видів і жанрів та ін.), ґрунтуються на соціокультурній, культурологічній, семіотичній, етичній, естетичній теоріях медіаосвіти та теорії розвитку критичного мислення.

Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа може розглядатися з кількох позицій. Зокрема, можна вести мову про особливості саме мережі засобів масової комунікації (світової, державної, регіональної тощо). Проте нині все частіше йдеться про мережу суто медіаосвітню – як напрям у педагогіці. І вона охоплює все більший інформаційно-освітній простір, оскільки спрямована на творення (самотворення) особистості.

Медіаосвіта як процес розвитку й саморозвитку особистості на матеріалах та за допомогою засобів масової комунікації покликана формувати культуру комунікації, уміння усвідомлено сприймати, критично осмислювати, інтерпретувати медіатексти з метою розширення загальних, соціокультурних та професійно зна-

чущих знань, комунікативних та творчих здібностей.

Українська дослідниця І.М.Чемерис зазначає, що на сучасному етапі розвитку міжкультурних комунікацій українське суспільство визначається в загальноєвропейському та світовому просторі, здійснює кроки до інтеграції, спираючись на фундаментальні цінності власної та світової культур, керується невід'ємними чинниками демократичного громадянського суспільства, серед яких особливо важливими є свобода слова, права людини на самовираження, інформацію. В умовах глобалізації та інформатизації все більш значущою стає роль засобів масової інформації в житті суспільства. Особливості інтелектуально-комунікативної мережі значно розширюють можливості впливу медіакультури на формування взаємовідносин у суспільстві. Від якості функціонування медіасистеми, професійного рівня її творців та здатності педагогів ефективно використовувати медіаресурс безпосередньо залежить рівень реалізації взаємозв'язків між усіма структурними складовими суспільства.

В умовах глобалізації них змін інноваційних освітніх процесів можна говорити про перспективність ще одного напряму медіаосвіти – медіасамосвіту. Це актуально, оскільки нині йдеться про освіту впродовж життя, а дорослі люди, які вже мають якийсь фах, не полишають спілкування із засобами масової інформації. І часто саме рівень їхньої медіаосвіти спонукає до набуття нових знань або їх оновлення через ЗМІ.

Розвиток засобів масової інформації/комунікації та їх залучення до процесу навчання і виховання значно активізували творчий пошук педагогів у багатьох країнах. Інноваційна діяльність педагогів, не задоволених традиційними умовами, методами, способами навчання і виховання, була зорієнтована не на лише новизну змісту реалізації своїх зусиль, а передусім на якісно нові результати. Це й спричинило виокремлення медіаосвіти в окрему галузь, своїм змістом зорієнтованої на людину. Її з'ява в освітньому просторі – це інноваційний освітній процес, зумовлений суспільною потребою.

Технології медіаосвіти сьогодні передбачають залучення до навчального процесу як традиційних засобів масової інформації (періодичні видання, радіо, телебачення, кіно тощо), так і засоби новітніх інформаційних технологій, а саме – програмно-апаратні засоби і пристрої, що функціонують на базі обчислювальної техніки; використовують також сучасні способи і системи інформаційного обміну, що забезпечують операції збирання, накопичення,

збереження, оброблення й передавання інформації [2, 337].

Безумовно, загальні положення щодо становлень повністю стосуються й проблеми сприйняття витворів масмедіа, а тому вони беруться до уваги в обґрунтуванні методичних основ медіаосвіти. Аналіз теорії і практики медіаосвіти в різних країнах наводить на думку, що у світі не існує єдиної теоретичної концепції медіаосвіти. Можна виокремити, принаймні, вісім основних теоретичних підходів у цій сфері.

1. „Ін'екційна” теорія медіаосвіти. Її часто називають „протекціоністською” (запобіжною від шкідливих впливів медіа), „теорією громадянського захисту” (тобто, знову ж, захисту від медіа) чи „теорією культурних цінностей” (мається на увазі, що негативному впливу медіа протиставляються „вічні цінності класичної культурної спадщини” – приміром, мистецтво античності чи ренесансу. Передбачається, що медіа справляє потужний (переважно негативний) вплив на аудиторію. Головна мета медіаосвіти в межах цієї теорії полягає в тім, щоби пом'якшити негативний ефект надмірного захоплення медіа (в основному дитячою і молодіжною аудиторією). В цьому випадку завдання викладача допомогти зрозуміти різницю між реальністю і медіатекстом шляхом розкриття негативного впливу медіа (приміром, телебачення) на конкретних прикладах, доступних для розуміння конкретної аудиторії.

Прихильники „ін'екційної” теорії медіаосвіти, як правило, основну увагу у своїх програмах присвячують проблемі насильства і сексу. Такий підхід особливо популярний в США. Деякі американські педагоги керувалися цією теорією, починаючи з 1930-х – 1940-х рр.: вони розглядали медіа як „агента культурної деградації”. Однак для художнього аналізу будь-якого, нехай навіть найпримітивнішого твору, ймовірно, недостатньо „захисту” від маніпулятивного впливу – тут важливо використовувати якомога більше видів діяльності і мотивів (рекреаційних, компенсаторних, терапевтичних, естетичних тощо), пов'язаних зі структурою людської індивідуальності.

У 1990-х р. „захисний” рух одержав підтримку з боку утвореної при ЮНЕСКО Міжнародної палати „Діти і насильство на екрані”. Ця організація, що співпрацює з багатьма медіапедагогами світу, влаштовує міжнародні науково-педагогічні конференції, випускає спеціальні журнали, інтернет-сайти, книги, присвячені проблемі негативного впливу медіа на дитячу аудиторію, у першу чергу – в плані зображення насильства. Утім більшість учасників цього руху добре розуміють, що крім боротьби проти „екранного насильства” варто активно розвивати й медіаосвіту школярів та

молоді, спрямовану на формування критичного, самостійного творчого мислення.

2. Теорія медіаосвіти як джерела „задоволення потреб” аудиторії. Її теоретичною основою є ідея „споживання і задоволення” у сфері медіа. Мається на увазі, що вплив медіа на аудиторію обмежений, учні можуть самі правильно обирати й оцінювати медіатекст відповідно до своїх потреб. Відтак пріоритет медіаосвіти вбачається в тім, щоби допомогти особистості одержати з медіа максимум користі.

Як бачимо, ця концепція цілком протилежна „ін'екційній”. Якщо перша концентрується на негативному впливі медіа, то друга – на його позитивному ефекті. Водночас теорія задоволення потреб досить близька до теорії медіаосвіти як формування „критичного мислення”, тому що і тут і там йдеться про те, щоби розвивати уміння правильно обирати і критично оцінювати медіатекст. Однак є й істотна різниця: у першому випадку медіапедагоги спираються на „позитивні” сторони інформації, а в другому – на „негативні”, тобто прагнуть захистити аудиторію від маніпулятивного впливу медіа.

3. „Практична” теорія медіаосвіти. Цей підхід відомий також під назвою „медіаосвіта як таблиця множення”. Мається на увазі, що слухачі повинні вміти працювати з медіаапаратурою так само добре, як знати таблицю множення. „Практичні” медіапедагоги вважають, що вплив медіа на аудиторію обмежений, головне – навчити використовувати медіаапаратуру. Звідси – підвищена увага до вивчення техніки, формування практичного уміння користуватися апаратурою, в тому числі й для створення власних медіатекстів. А це означає: мінімум міркувань і аналізу, максимум виконавської практики.

4. Теорія медіаосвіти як засобу формування „критичного мислення”. Її основою, швидше за все, можна вважати теорію, в якій мас-медіа уявляються „четвертою владою”, що поширює моделі поведінки і соціальні цінності серед різномірної маси індивідуумів. Звідси випливає основна мета медіаосвіти: захистити учнів від маніпулятивного впливу медіа. У процесі навчання слухачі знайомляться з особливостями впливу медіа на індивіда і суспільство за допомогою так званих „кодів” (умовностей-символів, наприклад, у телерекламі). Розвивається критичне мислення учнів і студентів стосовно медіатекстів.

Вважається, що студентам треба дати орієнтири в умовах надлишку різної інформації, навчити грамотно сприймати її, розуміти, аналізувати, мати уявлення про механізми і наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів. Адже однобічна чи спотворена інформація потребує осмислення. Відтак вважається ко-

рисним, щоб студенти могли визначити: розбіжності між поданими і загальновідомими фактами, що потребує додаткової перевірки; надійність джерела інформації; припустимі і неприпустимі твердження; розбіжності між головною і другорядною інформацією; упередженість суджень; нечіткі чи двозначні аргументи; логічну несумісність у ланцюзі міркування; силу аргументу тощо.

Так, британський дослідник Л. Мастерман вважає, що оскільки продукція ЗМІ є результатом свідомої діяльності, то відразу досить логічно визначаються щонайменше чотири напрямки її аналізу: 1) на кого покладається відповідальність за її створення, хто володіє засобами масової інформації і контролює їх; 2) як досягається необхідний ефект; 3) які ціннісні орієнтації створюваного в такий спосіб світу; 4) як його сприймає аудиторія. Як бачимо, Л. Мастерман прагне орієнтувати аудиторію на розвиток „критичного мислення”, аналіз механізмів впливу і цінностей тієї чи іншої інформації.

5. Марксистська теорія медіаосвіти. Основною тут є думка, що масмедіа здатні потужно маніпулювати громадською думкою і масовими настроями на користь певних соціальних груп. І що дитяча аудиторія є найпростішою мішенню для такого впливу. Звідси випливає пріоритет медіаосвіти: викликати в аудиторії бажання змінити систему масової комунікації (якщо при владі в країні перебувають сили, далекі від марксистських теорій), чи, навпаки, вселити думку, що сформована система медіа – найкраща (якщо влада належить марксистам), у цьому випадку посилено критикується медіакультура інших. Стратегія навчання зводиться до вивчення політичних, соціальних та економічних аспектів медіа, аналізу численних суперечностей, що містять ці аспекти з точки зору певного класу .

6. Семіотична теорія медіаосвіти опірною має таку тезу: масмедіа часто прагнуть завуальовувати багатозначний знаковий характер своїх текстів, а це загрожує свободі споживання інформації. Аудиторія, у першу чергу – дитяча (рівень середньої школи і нижче), надто пасивна стосовно „читання” медіатекстів. Відтак мета медіаосвіти – допомогти „правильно читати” медіатекст. Основним змістом медіаосвіти стають коди і „граматика” медіатексту, тобто мова медіа, а педагогічною стратегією - навчання правилам декодування медіатексту, опису його змісту, асоціацій, особливостей мови тощо.

Семіотична теорія медіаосвіти є повною протилежністю марксистській теорії, оскільки акцентує увагу на проблемі мови медіа, а не на політичному чи соціальному змістові медіатексту. Своїми підходами до аналізу текстів ця

теорія дещо нагадує теорію формування критичного мислення аудиторії. Правда, без педагування на дослідження маніпулятивної ролі масмедіа в суспільстві.

7. Культурологічна теорія стверджує, що масмедіа скоріше пропонують, аніж нав'язують свою інтерпретацію дійсності. Аудиторія ж, зі свого боку, завжди перебуває в процесі діалогу з медіатекстами. Вона не просто „зчитує” інформацію, а вкладає різні змісти в медіатексти, самостійно їх аналізує. А звідси випливає головна мета медіаосвіти: допомогти зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання тощо. В якості змісту медіаосвіти тут виступають її „ключові поняття”, ролі, які відіграють у суспільстві стереотипи, що поширюються за допомогою медіа. Медіапедагоги прагнуть навчити оцінці і критичному аналізу медіатекстів.

8. Естетична теорія медіаосвіти багато в чому збігається з культурологічною теорією. Однак тут головна мета полягає в тому, щоб допомогти зрозуміти основні закони і мову художнього спектра інформації, розвивати естетичне (художнє) сприйняття і смак, здатність до кваліфікованого аналізу художніх медіатекстів. Ось чому основний зміст медіаосвіти спирається на вивчення мови медіакультури, авторського світу творця художнього тексту, історію медіакультури (кіномистецтва, художнього телебачення тощо).

Аналіз праць зарубіжних вчених приводить до висновку, що в концепціях медіаосвіти особистості в цілому переважають виховні, навчальні і креативні підходи до використання можливостей масмедіа. В узагальненому вигляді головні етапи реалізації більшості медіаосвітніх підходів є такими:

- одержання знань про історію, структуру, мову і теорії медіа (освітня складова);
- розвиток сприйняття медіатекстів, їх „читання”, активізація уваги, зорової пам'яті, розвиток різних видів мислення (у тому числі й критичного, логічного, творчого, образного, інтуїтивного), умінь для розуміння ідей (моральних, філософських проблем), образів тощо;
- розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа.

Безперечно, кожен з цих етапів можна втілювати в життя автономно, однак у даному випадку медіаосвіта буде, швидше за все, однобічною. Так, в одному випадку на перший план вийде інформація, в іншому – критичне мислення, в третьому – практичні уміння.

Медіапедагоги різних країн активно використовують різні способи навчальної діяльності: „deskriptivний” (переказ медіатексту, перелік дійових осіб і подій); „особистісний” (опис відносин, емоцій, спогадів, які викликає медіа-

текст); „аналітичний” (аналіз структури медіа-тексту, мовних особливостей, точок зору); „класифікаційний” (визначення місця твору в історичному контексті); „пояснювальний” (формування суджень про медіатвір в цілому чи про його частину); оцінний (висновок про його переваги на основі особистісних, моральних чи формальних критеріїв).

Отже, у сучасній соціокультурній ситуації медіакультура відіграє важливу роль в житті людей, у першу чергу – молоді. Популярність медіатекстів – серед молоді визначається ба-

гатьма чинниками: використанням терапевтичної, компенсаторної, рекреативної, естетичної, пізнавальної, інформаційної, комунікативної, моральної, соціальної, катарсичної й інших функцій культури; опора на видовищно-розважальні жанри (як правило, що базуються на міфології), стандартизацію, серійність, сенсаційність, систему "емоційних перепадів", що дозволяє робити розрядку нервовій напрузі глядачів; гіпнотизм, угадування бажань публіки, інтуїцію.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Бахтин М.М.* Эстетическое наследие и современность. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 1992. – 167 с.
2. *Дичківська І.М.* Інноваційні педагогічні технології: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2004. – 352 с.
3. *Робак В.* До питання про розвиток медіапедагогіки у Німеччині // Другий український педагогічний конгрес: Зб. м-лів конгресу. – Львів: ТзОВ Камула, 2006. – С.275-286.
4. *Чемерис І.М.* Медіаосвіта за кордоном: теорії медіаосвіти та коротка історія розвитку // Вища освіта України, 2006. – № 3. – С.104-108.
5. *Hart A.* Teaching the Media: International Perspectives. – New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1998. – 208 p.
6. *Potter W.J.* Media Literacy. Thousand Oaks – London: Sage Publication, 2001. – 423 p.

Стаття надійшла до редакції 19.05.2009 р.