

УДК [070+654.1+004]:316.61”19”

ПЕРЕОЦІНКА СУТІ Й ЗНАЧЕННЯ МЕДІАВПЛИВІВ НА ЛЮДИНУ У ХХ СТОЛІТТІ

Наталія Троханяк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Дорошенка, 41, 79000 Львів, Україна*

Розглянуто погляди на медіа протягом ХХ століття, вплив засобів масової комунікації на людину як одиницю суспільства. Детально проаналізовано процеси трансформації та переоцінки меж і суті медіавпливів, а також потребу формування в людини необхідних знань і умінь для ефективного використання медіа.

Ключові слова: медіа, інформація, медіаосвіта, аудиторія, медіатекст.

ХХ століття ввійшло в історію як століття так званого “інформаційного вибуху”, століття виникнення нової світової інформаційної структури. Виникнення нових засобів масової комунікації дає змогу співвідносити, пов’язувати між собою різні види людської діяльності, розмежовані простором і часом [4, с. 36]. Надзвичайно швидкими темпами розвиваються інформаційні технології, мільйони комп’ютерів з’єднані єдиною всесвітньою мережею Інтернет, що стала доступною для багатьох людей. Виникає багато нових інтересів, мотивів, змінюються потреби, установки, з’являються нові форми психологічної і соціальної активності, безпосередньо пов’язані з новим простором [5, с. 37].

Люди настільки звикли до величезної кількості інформації, обсяг якої постійно збільшується, що не уявляють собі життя без преси, телебачення, радіо, кіно і комп’ютерної мережі. Опинившись за певних причин без них, починають відчувати занепокоєння і дискомфорт. Цей стан ще називають інформаційним голодом.

Є безліч поглядів на проблему медіа. Наприклад, медіа розглядають як джерело знань, і одночасно як перешкоду освіті й вихованню, засіб усебічного розвитку і чинник, що гальмує розвиток. Засоби масової комунікації й інформації можуть сприяти позитивному розвитку людини і водночас спустошенню – духовній, моральній, естетичній кризі особистості [4, с. 36].

Дебати про вплив засобів масової інформації ведуться з часів винаходу першого телевізора. З часом змінюються медіа, змінюються ставлення людей до них, змінюється їхнє сприйняття, отже, медіавпливи теж зазнають змін.

Масове схвалення засобів масової інформації збігається з американським післявоєнним періодом Другої світової війни, коли США мали економічну і політичну перевагу. “Американське століття” продавало телевізори, допомагаючи продавати продукти американської успішної економіки зруйнованому світові. Під гаслом науково-технічного прогресу США розгортають широку культурну експансію, через могутні інформаційні системи впроваджуючи в інші країни світу західні цінності і норми поведінки [1].

Протягом ХХ століття негативний вплив медіа зріс із такою швидкістю, що людство зрозуміло необхідність його нейтралізації за допомогою медіаосвіти.

Досвід медіаосвіти виявив потенційні можливості медіапедагогіки, що можуть бути розкриті в різноманітних формах, таких як інтеграція в навчальні предмети, автономні уроки, лекції, семінари, спецкурси, факультативи, гуртки, медіастудії, клуби, які значною мірою можуть сприяти формуванню художньої культури, розвитку повноцінного сприйняття медіатекстів, аналізу і критичному осмисленню всього різноманіття масової інформації. З огляду на це останнім часом зріс інтерес до різних моделей медіаосвіти і до історії її виникнення та розвитку.

Розробці різноманітних напрямів і проблем медіаосвіти присвячено багато праць вітчизняних і закордонних авторів. Їх можна умовно поділити на такі групи:

- констатуючі дослідження, у яких наявна інформація про сприйняття медіатекстів у різних країнах і вікових категоріях, про критерії і рівні розвитку аудиторії (А. Карон, І. Левшина, К. Тарасов, Ю. Усов, О. Федоров, А. Шаріков, С. Шеїн, Е. Харт та ін.);
- дослідження загальнотеоретичного характеру, що висувають і аналізують концепції, моделі, методи медіаосвіти і мас-медіа в цілому (К. Безелгет, Д. Бекінгем, Л. Зазнобіна, Д. Консідайн, Р. Кьюбі, Р. Куїн, Л. Мастерман, С. Пензін, А. Спічкін, К. Тайнер, Ю. Усов, О. Федоров, А. Шаріков, Е. Харт, Р. Хоббс та ін.);
- праці, пов’язані з питаннями конкретної методики медіаосвіти (Л. Баженова, О. Баранів, Е. Бондаренко, К. Безелгет, Д. Бекінгем, К. Ворсноп, Л. Зазнобіна, Д. Консідайн, А. Карон, Р. Куїн, С. Пензін, Г. Полічко, Ю. Рабінович, А. Спічкін, К. Тайнер, Ю. Усов, О. Федоров, А. Шаріков, Е. Харт, Р. Хоббс та ін.).

На підставі аналізу теорії і практики медіаосвіти в різних країнах можна стверджувати, що у світі не було і немає єдиної теоретичної концепції медіаосвіти. Можна виділити, принаймі, вісім головних теоретичних підходів.

1. “Ін’екційна” (“захисна”, “протекціоніська”) теорія медіаосвіти. Цю теорію часто називають також “протекціоніською” (запобіжна від шкідливих впливів медіа), “теорією цивільного захисту” (тобто захисту від медіа) або теорією “культурних цінностей” (мають на увазі, що негативному впливу медіа протиставляються “вічні цінності класичної культурної спадщини” (наприклад, мистецтво Античності або Ренесансу). Відносини медіа й аудиторії: медіа безпосередньо, головню негативно впливає на аудиторію. Наприклад, діти “запроваджують” у життя прийоми насильства, побачені на екрані. Аудиторія складається з маси пасивних споживачів, що здебільшого не можуть зрозуміти суті медіатексту. Головна мета медіаосвіти: пом’якшити негативний ефект надмірного захоплення медіа (головню стосовно дитячої і молодіжної аудиторії). Основний зміст медіаосвіти: допомогти дітям зрозуміти відмінність між реальністю і медіатекстом.

Педагогічна стратегія: розкриття негативного впливу медіа (телебачення) на конкретних прикладах, доступних для розуміння учнів. Прихильники “ін’екційної” теорії медіаосвіти здебільшого головне місце у своїх програмах приділяють проблемам насильства. Такий підхід особливо поширений у США. Деякі американські педагоги керувалися цією теорією починаючи з 30–40-х років ХХ століття, розглядаючи медіа як “агента культурної деградації”. У цьому звинувачували комікси, рекламу в пресі і на телебаченні, “жовті” масові видання з їхнім нав’язуванням стереотипів. У сучасній Америці лідерами в цьому є медіапедагоги і дослідники чотирьох університетів – Каліфорнійського (Б. Вілсон, Д. Канкел, Е. Доннерштайн та ін.), Північної Кароліни (Ф. Бюкка, Дж. Браун та ін.), Техаського (Е. Вортелла, Ч. Вітні, Р. Лопес та ін.) і Медісон (штат Вісконсін). У 90-х роках “захисний” рух одержав могутню підтримку з боку утвореної при ЮНЕСКО Міжнародної палати “Діти і насильство на екрані” (UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen).

Ця організація, що співпрацює з багатьма медіапедагогами світу, організовує міжнародні науково-педагогічні конференції, випускає спеціальні журнали, інтернет-сайти, книги, присвячені проблемі негативного впливу медіа на дитячу аудиторію, передусім щодо зображення насильства. Більшість учасників цього руху добре розуміють, що, крім боротьби проти “екранного насильства”, варто активно розвивати медіаосвіту школярів і молоді, спрямовану на формування критичного, самостійного, творчого мислення. Звичайно, у “ін’екційної” теорії медіаосвіти в її чистому вигляді (тобто спрямованій тільки проти шкідливого впливу медіа) є чимало критиків (К. Безелгет, І. Вайсфельд, К. Ворсноп, Д. Консідайн, Р. Кьюбі, Л. Мастерман, С. Пензін, Г. Полічко, А. Спічкін, К. Тайнер, Ю. Усов, О. Федоров, Е. Харт, А. Шаріков та ін.), які справедливо вважають, що, поперше, медіа – невід’ємна частина нашого життя. А по-друге, хоча сучасні

діти відчувають великий вплив з боку медіа, вони впливають на них менше, ніж на їхніх батьків у пору їхньої юності. Будучи першим “телевізійним поколінням”, вони мали куди більший інтерес до технічних медіановинок, ніж нинішні, перенасичені інформацією діти. Так чи інакше, але “ін’екційна” теорія медіаосвіти і тепер має своїх прихильників.

2. Теорія медіаосвіти як джерела “задоволення потреб” аудиторії. Теоретична база: теорія “споживання і задоволення” в галузі медіа. Відносини медіа й аудиторії: вплив медіа на аудиторію обмежено, учні можуть самі правильно вибрати й оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб. Головна мета медіаосвіти: допомогти учням отримувати від медіа максимум користі відповідно до своїх потреб. Головний зміст медіаосвіти: стимулювання розуміння учнями ролі медіа в їхньому житті. Педагогічна стратегія: аналіз і оцінка окремих елементів медіатексту. Ця концепція медіаосвіти цілком протилежна “ін’екційній”. Якщо “ін’екційна” сконцентрована на негативному впливі медіа, то ця – на його позитивному, корисному ефекті. Водночас теорія медіаосвіти як джерела задоволення потреб досить близька до теорії медіаосвіти як формування “критичного мислення”, тому що і тут і там йдеться про те, щоб розвинути в молоді уміння правильно вибирати і критично оцінювати медіатекст. Однак аналіз виявив, що є й значні відмінності: у першому випадку медіапедагоги спираються на “позитивні” сторони медіаінформації, а в другому – на “негативні”, тобто намагаються захистити аудиторію від маніпулятивного впливу медіа. У деяких випадках напрям медіаосвіти як джерела задоволення потреб аудиторії американські педагоги називають “навчанням критичного бачення”. Водночас акцентують, що йдеться не про колективні дискусії з приводу естетичних або професійних медіатекстів, а про аналіз їхнього конкретного змісту.

3. “Практична” теорія медіаосвіти. Цей підхід відомий також під назвою “медіаосвіта як “таблиця множення” (мають на увазі, що практичні уміння роботи з медіаапаратурою студентам треба знати так само добре, як таблицю множення). Теоретична база: адаптована теорія “споживання і задоволення” в галузі медіа (наприклад, молоді люди цікавляться медіатехнікою, отже, треба задовольнити їхню потребу – навчити їх фотографувати, знімати фільми на кіно- чи відеоплівку, монтувати, озвучувати їх та ін.). Відносини медіа й аудиторії: вплив медіа на аудиторію обмежено, студенти можуть самі правильно вибрати й оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб. Головна мета медіаосвіти: допомогти студентам брати з медіа максимум практичної користі відповідно до своїх потреб. Основний зміст медіаосвіти: у процесі навчання використовувати медіаапаратуру. Педагогічна стратегія: вивчення технічного пристрою медіаапаратури і формування практичних умінь використання цієї апаратури,

зокрема і для створення власних медіатекстів. Практичний вид медіаосвіти був особливо популярний у 30–50-ті роки. Зокрема, якщо згадати історію російської освіти, то тільки такий вид масової медіаосвіти схвалював сталінський режим у другій половині 30-х–першій половині 50-х років, що відповідало загальній установці на художнє виховання: мінімум міркувань і аналізу, максимум виконавської, переважно колективної, практики (хори, театралізовані свята тощо). Однак і сьогодні цей напрямок медіаосвіти має чимало прихильників серед російських і закордонних педагогів, що вважають аналіз медіатекстів порожньою затратою часу і надають перевагу конкретним практичним вправам у гуртках юних кіномеханіків, операторів, фотографів та ін. Прагматичний підхід (з орієнтацією на креативні уміння) має і свої безсумнівні переваги, про що зазначають багато дослідників. Наприклад, президент Європейської асоціації аудіовізуальної медіаосвіти Д. Шретер розробив систему навчання учнів мові медіа за допомогою відеокамери, відеомагнітофона і телемонітора, залучаючи їх у процес створення відеосюжету. Його аудиторія на практиці опановує теоретичні поняття екранних мистецтв (“кадр”, “ракурс” та ін.), порівнює реальну дійсність з її відеозображенням, дізнається про механізм нескладних спецефектів, вивчає рух камери тощо. У підсумку самі учні за заданим сценарієм створюють власний міні-відеофільм. Безперечно, подібний підхід сприяє розвитку творчої особистості, його не можна не брати до уваги під час створення моделі та методики сучасної медіаосвіти. Напевно, теорію “практичної” медіаосвіти можна вважати різновидом теорії медіаосвіти як джерела “задоволення потреб аудиторії” з тією лише відмінністю, що задовольняються не сюжетні, жанрові й стилістичні переваги аудиторії в глузі медіа, а потреби технічні й практичні. Проте практична сторона медіаосвіти зовсім не піддається сумніву з боку багатьох інших підходів – від формування “критичного мислення” до культурологічної медіаосвіти. Щоправда, практичні справи у частині відеозйомки мають не головний, а допоміжний характер.

4. Теорія медіаосвіти як формування “критичного мислення”. Теоретична база: культивацийна теорія медіа і теорія медіа як “порядок денний”. Відносини медіа й аудиторії: медіа – “четверта влада”, що поширює моделі поведінки і соціальні цінності серед різноманітної маси індивідуумів. Головна мета медіаосвіти: захистити студентів від маніпулятивного впливу медіа, навчити орієнтуватися в інформаційному потоці сучасного демократичного суспільства. Головний зміст медіаосвіти: вплив медіа за допомогою так званих “кодів” (умовностей-символів, наприклад, у телерекламі). Педагогічна стратегія: аналіз впливу медіатекстів на індивіда і суспільство, розвиток “критичного мислення” учнів (здебільшого на рівні коледжу і вище) стосовно медіаінформації. Вважають, що учням (школярам,

студентам) треба дати орієнтир в умовах надлишку різноманітної інформації, навчити грамотно сприймати її, розуміти, аналізувати, мати уявлення про механізми і наслідки впливу на глядачів, читачів і слухачів. Однобічна або перекручена інформація (яка передається телебаченням, що володіє великою силою пропагандистського навіювання), безсумнівно, має потребу в осмисленні. Ось чому вважають корисним, щоб студенти могли визначити відмінності між заданими і загальновідомими фактами; надійність джерела інформації; допустимі й недопустимі твердження; розбіжності між головною і другорядною інформацією; упередженість судження; незрозумілі або двозначні аргументи; логічну несумісність у ланцюзі міркування; силу аргументу та ін. Безперечно, для аналізу інформаційних телепрограм такі уміння можуть дати гарні педагогічні результати, виробляючи своєрідний “імунітет” до бездоказовості, неправди. Не можна не визнати, що поза залежністю від політичного ладу певної держави людина, не підготовлена до сприйняття інформації в різних її видах, не може повноцінно її зрозуміти й аналізувати, не в змозі протистояти маніпулятивним впливам медіа (якщо така маніпуляція наявна), не здатна до самостійного вираження своїх думок і почуттів. Британський дослідник і медіапедагог Л. Мастерман вважає, що, оскільки продукція засобів масової інформації є результатом свідомої діяльності, логічно визначити, щонайменше, чотири напрями подальшого вивчення:

- на кому лежить відповідальність за її створення, хто володіє засобами масової інформації і контролює їх?
- як досягається необхідний ефект?
- які ціннісні орієнтації, створеного в такий спосіб світу?
- як його сприймає аудиторія?

Л. Мастерман прагне орієнтувати аудиторію на розвиток “критичного мислення”, аналіз механізмів впливу і цінностей тієї або іншої інформації. На жаль, деякі педагоги занадто спрощено розуміють медіаосвіту як розвиток “критичного мислення”, звужуючи спектр вивчення до роботи з рекламою або телевізійними інформаційними програмами, де, природно, легше за все виявити ті або інші спроби маніпуляції, і залишаючи осторонь художню сферу медіа.

5. Марксистська теорія медіаосвіти. Теоретична база: марксистська теорія медіа. Відносини медіа й аудиторії: медіа здатне дуже сильно маніпулювати суспільною думкою, зокрема в інтересах того або іншого соціального класу. Молода аудиторія стає найлегшою мішенню для впливу за допомогою медіа. Головна мета медіаосвіти: викликати в аудиторії бажання змінити систему масової комунікації (якщо у влади в країні є сили, далекі від марксистських теорій), або, навпаки, нав'язати, що сформована система медіа – найкраща (якщо влада в державі належить лідерам марксистського спрямування), у цьому

випадку посилено критикують медіакультуру інших, наприклад, західних країн. Головний зміст медіаосвіти: політичні, соціальні й економічні аспекти медіа. Педагогічна стратегія: аналіз численних суперечностей, що містять політичні, соціальні й економічні аспекти медіа з погляду того або іншого класу. Аналіз цієї концепції свідчить, що в 60-х – першій половині 80-х вона існувала у вигляді двох основних варіантів – “західного” і “східно-європейського”. У першому випадку медіапедагоги приділяли головну увагу критичному аналізу політичних, соціальних і економічних аспектів медіатекстів своїх країн. В іншому медіапедагоги вважали, що варто критично аналізувати вищезазначені аспекти медіатекстів, створених на капіталістичному Заході. Медіапродукцію так званих соціалістичних країн споконвічно вважали політично, соціально й економічно правильною, тому цілком виводилася за межі такого критичного аналізу. У цей час марксистська (або “ідеологічна”) теорія медіаосвіти значно втратила свої позиції, але на якомусь рівні трансформувалася: на першому плані став не класовий, а національно-регіональний, соціально-політичний підхід до медіаінформації. Отже, педагоги малих країн і націй прагнуть відгородити аудиторію від експансії американської масової культури. Крім того, теорія медіаосвіти як розвитку “критичного мислення”, безперечно, також має загальні точки дотику з марксистською. Та й інша намагається з’ясувати, чиїм інтересам та або інша медіаінформація і на які групи населення розрахована.

6. Семіотична теорія медіаосвіти. Теоретична база: семіотична теорія медіа (Р. Барт, Ж. Берже, К. Метц). Відносини медіа й аудиторії: медіа часто прагне завуалювати багатозначний знаковий характер своїх текстів, це загрожує свободі споживання медіаінформації. Аудиторія занадто пасивна щодо “читання” медіатекстів. Головна мета медіаосвіти: допомогти студентам “правильно читати” медіатекст. Основний зміст медіаосвіти: “коди” і “граматика” медіатексту, тобто мова медіа. Педагогічна стратегія: навчання правилам декодування медіатексту, опису його змісту, асоціацій, особливостей мови тощо. З легкої руки Р. Барта матеріалом для аналізу стали не тільки здобутки “високого мистецтва”, але будь-які об’єкти – іграшки, туристичні путівники, обкладинки для журналів та ін. Переважає принцип “непрозорості” медіатексту, тому що медіа не відображає реальність, а репрезентує її. На підставі аналізу семіотичної теорії медіаосвіти можемо сверджувати, що вона є цілковитою протилежністю марксистській, тому що акцентує на проблемі мови медіа, а не політичного або соціального змісту медіатексту. Проте своїми підходами до аналізу медіатекстів семіотична теорія медіаосвіти в якомусь сенсі нагадує теорію медіаосвіти як формування критичного мислення аудиторії. Правда, без акцентування на дослідженні маніпулятивної ролі медіа в суспільстві.

7. Культурологічна теорія медіаосвіти. Теоретична база: культурологічна теорія медіа. Взаємини медіа й аудиторії: медіа радше пропонує, ніж нав'язує інтерпретацію медіатекстів. Аудиторія завжди перебуває в процесі діалогу з медіатекстами та їхнім оцінюванням. Аудиторія не просто “зчитує” медіаінформацію, а вкладає різний зміст у сприймання медіатекстів, самостійно їх аналізує. Головна мета медіаосвіти: допомогти зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання аудиторії. Головний зміст медіаосвіти: “ключові поняття” медіаосвіти, ролі, що відіграють у суспільстві стереотипи, поширені за допомогою медіа. Педагогічна стратегія: оцінка і критичний аналіз медіатекстів. Найбільш сильні позиції ця теорія має у Великобританії (Д. Бекінгем, К. Безелгет, Е. Харг та ін.) і Канаді (Б. Дункан, К. Ворноп та ін.), хоча має чимало прихильників і в інших країнах світу (у Франції, Австралії, Німеччині, Росії та ін.).

8. Естетична (художня) теорія медіаосвіти. Теоретична база: культурологічна теорія медіа. Відносини медіа й аудиторії: медіа пропонує інтерпретацію текстів. Аудиторія оцінює медіатекст. Головна мета медіаосвіти: допомогти зрозуміти головні закони і мову художнього спектра медіаінформації, розвиток естетичного (художнього) сприйняття і смаку аудиторії, здатності до кваліфікованого аналізу художніх медіатекстів. Головний зміст медіаосвіти: мова медіакультури, авторський світ творця художнього медіатексту, історія медіакультури (історія кіномистецтва, художнього телебачення тощо). Педагогічна стратегія: критичний аналіз художніх медіатекстів, їхня інтерпретація й оцінка. У багатьох країнах Східної Європи (насамперед у Росії) естетична теорія медіаосвіти протягом багатьох десятиліть (з 20-х до 80-х років ХХ століття) поєднувалася з марксистською. З 60-х років визнаними лідерами цього напрямку в Росії стали Ю. Усов, С. Пензін, О. Баранів, І. Вайсфельд, Ю. Рабінович, І. Левшина й ін. Сьогодні ця теорія значною мірою тяжіє до культурологічної теорії медіаосвіти, оскільки наявна подібність у теоретичній базі, у ставленні до проблеми “медіа й аудиторія” і значна подібність мети, завдань, змісту і педагогічної стратегії. Як справедливо зазначає К. Тайнер, часто в естетичному підході до медіаосвіти кіномистецтво є в більш привілейованому ставленні, ніж преса або телебачення. Деякі дослідники, наприклад, Л. Мастерман, вважають, що “художня теорія” медіаосвіти, по суті, дискримінаційна, тому що проголошує кінцевою метою розвиток “здатності до кваліфікованого судження” тільки стосовно спектра мистецтва усередині медіаінформації. Л. Мастерман вважає, що “питання оцінки якості медіатексту не повинні бути центральними в медіаосвіті, а тільки допоміжними. Головна мета – допомогти студентам зрозуміти, як медіа функціонують, чиї інтереси відображають, який зміст медіатекстів, як вони репрезентують реальність, і як вони сприймаються аудиторією”. Хоча і

визнає, що художня медіаосвіта ефективніша, ніж “ін’єкційна”, оскільки спрямована на користь медіа, а не проти нього. Естетична теорія медіаосвіти (іноді теорія навчання “медіакритиці”: media criticism) була досить популярною в Північній Америці й у Західній Європі в 60-ті роки ХХ століття. Однак, починаючи з 70-х років, її стали інтенсивно витіснити теорії медіаосвіти як формування критичного мислення, семіотичні і культурологічні теорії медіаосвіти, автори і послідовники яких вважають, що художня сфера медіа – далеко не найважливіша в сучасному світі, що медіатекст треба оцінювати насамперед не за його естетичними властивостями, а за змістом, за ідеями, компонентами мови, символами і знаками. Кращі навчальні програми медіакультури поєднують сферу художньої, експериментальної, аналітичної медіаосвіти з практикою. На початку 90-х років російський дослідник А. Шаріков почав першу спробу систематизації ключових концепцій медіаосвіти, однак виділив їх у загальному вигляді, що фактично призвело до змішування семіотичної, культурологічної теорій медіаосвіти і теорії формування “критичного мислення” в одну, так звану “критичну” концепцію. Крім того, А. Шаріков як одну з ключових концепцій медіаосвіти називає “медіаграмотність”. Зазначимо, що поняття “медіаграмотність” і “медіаосвіта” чимало педагогів і дослідників вважають синонімами. Всередині багатьох концепцій “медіаграмотності” можна виділити все ті ж “ін’єкційні”, “семіотичні”, “культурологічні” та інші підходи, зокрема і формування “критичного мислення” [2].

Історично склалося так, що радянське суспільство, з державною цензурою, ставилося до насильства на екрані значно терпиміше, ніж до еротики чи до порнографії. З 1920-х років головними “носіями” екранного насильства стали “історико-революційні” драми і пригодницькі стрічки. Містичні історії, фільми жахів були цілком вилучені з репертуару. Такий жанровий баланс зберігався аж до середини 80-х років. З початком “перебудови” цензура поступово втрачає колишню міць. Кінематографісти звернулися в заборонених раніше жанрів, тому кількість фільмів зі сценами насильства невпинно зростала [3, с. 29].

Для Росії початок століття був поєднаний зі змінами, що призвели до корінних змін у свідомості багатьох поколінь, що не могли не відобразитися й у творах мистецтва. Зважаючи на це, не є випадковим зародження медіаосвіти в дореволюційній Росії на матеріалі кінематографа, преси. Вже в той час багато прогресивних педагогів бачили великі потенційні можливості медіа і прагнули з’ясувати його перспективи і можливості. На жаль, багато проектів і починань так і залишилися нереалізованими довгі роки (наприклад, створення так званих “кінематографічних музеїв”), а багато з них зазнали суттєвих змін в зв’язку з політичними подіями.

Ще на початку ХХ століття в нашій країні з'явилися перші праці про виховну й освітню роль кіно. До 1917 року вийшло в 97 публікацій, що стосувалися проблем кіно і школи, “переважно журнальних статей, а також різних доповідей, повідомлень і фільмографічних оглядів”.

Події 1917 року привели до неминучості корінних змін усієї державної системи, зокрема і системи освіти. Приватні навчальні заклади були ліквідовані. Ідеї естетичного виховання В. С. Соловйова, Н. А. Бердяєва й інших видатних розумів Росії були вже неприйнятні для нової педагогіки і “революційної свідомості”, зважаючи на релігійну спрямованість. На зміну їм прийшли ідеї “диктатури пролетаріату”, атеїзму, державної власності, класової боротьби тощо. Населення країни здебільшого було неписьменним, тому необхідно було знайти ефективний засіб пропаганди й агітації, яким і став кінематограф, що мав для радянської влади великі потенційні можливості, виконуючи такі функції:

- пропагандиську (ідеологічну): його можна було використовувати як ідеологічну зброю проти капіталізму, зняряддя пропаганди соціалізму. Згадаємо хоча б перші фільми-хроніки про громадянську війну, революційні свята і короткі художні “агітки”, що славили подвиги червоноармійців і “висміювали буржуїв, білогвардійців, куркулів” та ін. Через брак достатньої кількості кінотеатрів їх демонстрували в так званих агітпоїздах і агітпароходах;
- просвітницьку: кінематограф передбачалося використовувати як навчальний посібник. Після 1917 року, і особливо з виникненням тоталітарного режиму, влада прагне підкорити аудиторію ідеології держави. Пріоритет був відданий практичним аспектам, заснованим на марксистській теорії медіа. Адресат (слухач, глядач) тексту (зокрема і медіатексту) повинен був сприймати здобуток лише в контексті правлячої комуністичної ідеології [4, с. 36–37].

Період зародження медіаосвіти був початком шляху довжиною у століття. Саме в цей час була визнана важлива роль медіаінформації в освіті і вихованні, виявлені її потенційні можливості для розвитку особистості.

1. Білоус О. Media and Values // www.new-ways.iatp.org.ua
2. Федоров А., Новикова А. Понятие об основных теориях медиаобразования / <http://www.mediaeducation.ru/publ/fedorov.shtml>.
3. Федоров О. Насильство на екрані // Медіакритика. 2004. № 6. С. 29.
4. Челишева И. Зарождение российского медиаобразования // “Медіа-освіта як частина громадянської освіти”: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 6–верес. 2002 р., Львів, 2002, С. 36–37.

5. Шпанер Л. Інтернетоголіки... (Хто вони?) // “Медіа-освіта як частина громадянської освіти”: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 6–верес. 2002 р., Львів, 2002, С. 37.

**REVALUATING THE ESSENCE AND MEANING OF MEDIA
INFLUENCES ON A HUMAN IN THE 20TH CENTURY**

Natalia Trokhaniak

*Ivan Franko National University of L'viv,
Doroshenko Str., 41, UA-79000 L'viv, Ukraine*

The author considers the views on media during the 20th century and the influence of mass media communication on an individual as a part of the society. The paper analyses in details the processes of the media influence limits and essence transformation, and revaluation as well as the need for developing the person's knowledge and skills of the effective media usage.

Key words: media, information, media education, audience, media text.

Стаття надійшла до редколегії 28.03.2008
Прийнята до друку 20.05.2008