

УДК 378.607.017.7

МЕДІАОСВІТА ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Ірина Мицишин, Наталія Троханяк

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

Розширення змісту та напрямів впливів сучасного медіапростору на молодь зумовлює необхідність формування у неї високого рівня медіакультури. Зростання медіакультури забезпечується шляхом здобуття медіаосвіти, яка сприяє підвищенню ефективності позитивних і нівеляції негативних медіавпливів.

Ключові слова: медіа, медіаосвіта, медіакультура, засоби масової комунікації, медіапростір, медіавпливи, функції медіа.

На зламі ХХ–ХХІ ст. багато дослідників різних галузей (історики, філософи, політологи, соціологи, культурологи), намагаючись спрогнозувати подальший розвиток суспільства, досліджують процеси соціокультурних трансформацій, під якими розуміють “комплексне, еволюційне перетворення суспільства як соціокультурної системи” [4, с. 420]. Ці процеси відображаються в засобах масової комунікації (ЗМК), що репрезентують дійсність і водночас є середовищем соціальної модернізації.

Стирання меж між “масовим” і “елітним” стало ознакою культурної парадигми інформаційного суспільства, що орієнтоване на “всеядність” ідей і компроміс естетичних позицій. Комп’ютерні й телекомунікаційні технології стають своєрідним інструментом інформаційної, політичної та духовної експансії, засобом для створення нових соціальних міфів.

Дослідження соціокультурної ситуації свідчать, що медіапростір щораз активніше впливає на суспільну свідомість як потужний засіб інформації та пропаганди культурних і освітніх контактів, як чинник розвитку творчих здібностей особистості, джерело зразків для наслідування та симуляції, водночас нова сфера, що зумовлює аддиктивну поведінку молоді.

Зарубіжні й вітчизняні науковці наполегливо намагаються детально визначити й проаналізувати зміст, закономірності й механізми медіавпливів на молоде покоління.

Ми ставили за мету висвітлити зміст поняття “медіакультура” як своєрідного захисного та компенсаторного механізму негативних медіавпливів, а також описати концептуальні основи і суть її домінуючого чинника – медіаосвіти.

Практика з'ясування змісту та оцінення медіавпливів є доволі складною й суперечливою. Консервативні версії теорії масової культури, які розробили Ернст ван дер Хааг, Т. С. Еліот, Р. П. Блекмер та інші, побудовані на звинуваченні ЗМК у дискредитуванні традиційних культурних авторитетів, в руйнації загальноприйнятих цінностей, пов'язаних із родиною, релігією, спільнотою. Адорно і Горкгаймер, представники теорії культурної індустрії, стверджують, що індустрія масових комунікацій, усуваючи відмінності між високою і низькою культурами, залишає позаду себе спустошений шлях “стилізованого варварства” [1, с. 50–51].

Спектр впливів медіапростору на загальнокультурний розвиток людини можна охарактеризувати як такий, що постійно зростає. Коротко охарактеризуємо головні функції впливу медіа на людину.

Релаксаційна. Відпочинок з телевізором чи іншими медіазасобами відволікає від повсякденних турбот та обов'язків.

Компенсаторна. Медіа створюють можливість компенсації дефіциту міжособистісних контактів. Особливо характерно для підлітків й молоді, які, щоб подолати відчуття самотності, слухають музику, “блукають” в Інтернеті та ін.

Просвітня (неформальної освіти). Як джерело інформації та просвіти, часто суперечливої й несистематизованої.

Світоглядна. Полягає у засвоєнні широкого спектра соціальних норм і формування ціннісних орієнтацій особистості. Медіа пропагують найрізноманітніші норми і стандарти життя. Люди далеко не завжди в стані тверезо оцінити власні можливості для їх реалізації. В результаті значною мірою формуються потреби, які не збігаються з можливостями їх задоволення. Це призводить як до позитивних наслідків (зростання життєвої активності), так і до негативних (активність може набувати антисоціального характеру). На думку багатьох дослідників, змістовий вплив ЗМК передусім стосується галузі формування уявлень про сучасний стан суспільства, про рівень соціальної справедливості в ньому та найтипівіші риси молодого сучасника. Меншою мірою вони впливають на формування різних граней суспільного ідеалу, пов'язаних з уявленням про ідеальний спосіб життя, ідеальний устрій, ідеал соціальної справедливості та бажані риси людини.

Сучасне наукове бачення впливу ЗМК на аудиторію ґрунтується на таких ключових концепціях, як визначення порядку денного та спрямування уваги аудиторії [3]. Дослідник Б. Коген окреслив цю ідею так: ЗМК не завжди можуть досягти бажаного результату, підказуючи нам, що думати (яким чином аналізувати (сприймати) і які робити з цього висновки (приймати рішення), але вони беззастережно досягають успіху, підказуючи нам, про що ми повинні думати (що саме аналізувати, обговорювати) [11, с. 57]. Іншими словами, ЗМК наділені властивістю впливати на сприйняття людьми

навколишнього світу. Запорукою результативного впливу мас-медіа є сила повторення, суть якої полягає в тому, що на соціалізацію впливає не одержувана інформація, а сила повторення, що властива ЗМК.

У цілому ЗМК відіграють надзвичайно важливу роль у процесі стихійної соціалізації людини. Космічне телебачення, відео, комп'ютери стають щораз масовішими, майже не контрольованими джерелами впливу на людину. Крім того, вони й надалі будуть більше доступні вихованцям, ніж вихователям. Результатом будуть щораз більші відмінності й суперечності між картинами світу, сформовані у старшого і молодого поколінь (зі всіма можливими наслідками).

Виховні системи не брали до уваги й не передбачали підготовки молодого покоління до взаємодії з усіма наслідками масової комунікації, свідомого використання інформаційних технологій у виховних цілях. Класифікуючи наслідки медіавпливів, насамперед традиційно, визначають негативні. Їх масштабність може сягати аж до загрози для фізичного й психічного розвитку молоді людини. Це порушення емоційної, поведінкової й мотиваційної сфер. До вже доволі відомих узалежнень молоді від комп'ютерних ігор та Інтернету сьогодні додають й інші негативні наслідки медіавпливів, наприклад, інтелектуальне ліниство, дезадаптація у реальному світі та ін. Окрім вищезазначених негативних, наводять і позитивні функції ЗМК. Відповідно підібрані медіальні програми формують позитивне світосприйняття, розвивають емоційну сферу, вишколюють характер, розширюють інтелект й забезпечують загальнокультурне зростання. Ступінь та якість медіавпливів закономірно залежать від рівня розвитку й освіченості споживачів. Йдеться не лише про ширшу ерудованість, наявність умінь бачити й аналізувати проблеми, володіння необхідним багажем знань й розвитком критичного мислення, а також і про рівень сформованості медіакультури. Власне медіакультура охоплює систему рівнів розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа [8, с. 34]. Ефективним шляхом формування медіакультури є здобуття медіаосвіти.

У матеріалах ЮНЕСКО медіаосвіту визначають як навчання теорії і практичним умінням оволодіння сучасними засобами масової комунікації, які розглядають як частину специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії і практиці; її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших дисциплін [12, р. 8].

Центральна й об'єднуюча концепція медіаосвіти – репрезентація (representation). Медіа не відображають реальність, а репрезентують її. Головна мета медіаосвіти – “денатуралізація” медіа.

Медіаосвіта – це процес, що триває протягом усього життя. Її завданням є розвиток здібностей до сприймання, створення, аналізу, оцінення

медіатекстів, до розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в сучасному житті, кодових і репрезентативних систем, що використовують медіа.

Теорія соціального наочіння пояснює один із найсуттєвіших механізмів впливів медіапростору. Згідно з нею люди переймають стилі поведінки, побаченої на телебаченні, як модель імітації. Отож оптимальним шляхом зменшення патогенного впливу, наприклад, насильницьких сцен і порнотекстів, на споживачів може бути їхня професійна нейтралізація. Власне медіаграмотність забезпечує оптимальне налаштування споживача на сприймання побаченого.

Медіаосвіта повинна приносити не лише радість від спілкування з медіакультурою, але й вчити інтерпретувати текст (аналізувати цілі автора, обговорювати характери персонажів і розвиток сюжету), пов'язувати його з власним досвідом і досвідом інших (поставити себе на місце героя, оцінювати факт і думку, виявити причину і наслідок, мотиви, результати вчинків, реальність дії та інше), реагувати на твір (написати рецензію, мінісценарій), розуміти культурну спадщину (бачити особисту, історичну, національну, світову перспективу), набувати знання (ознайомлюватися з головними жанрами і видами медіакультури, визначити розвиток будь-якої теми в різноманітних жанрах, у різні історичні епохи, вивчати головні напрямки стилів, творчість видатних майстрів), володіти критеріями і методами оцінювання медіатексту та ін. Формування цих умінь сприяє розумінню місця медіакультури, оскільки вона пов'язана із соціальними, політичними, економічними, релігійними й інтелектуальними аспектами людини; розвитку естетичного смаку, творчої індивідуальності людини [9, с. 157].

Найважливішими завданнями медіаосвіти експерти Асоціації кіноосвіти і медіапедагогіки Росії вважають такі:

- розвиток здібностей критичного мислення (84%);
- розвиток здібностей сприймання, оцінення, розуміння, аналізу медіатекстів (69%);
- підготовка до життя в демократичному суспільстві (62%);
- навчання розуміння соціальних, культурних, політичних та економічних змістів і підтекстів медіатекстів (59%);
- розвиток комунікативних здібностей особистості (57%);
- розвиток здібностей естетичного сприймання, розуміння медіатекстів, оцінення їх естетичних якостей (55%);
- навчання творчому самовираженню за допомогою медіа (54%);
- навчання ідентифікації, інтерпретації медіатекстів, експериментування з різноманітними способами технічного використання медіа, створення медіатекстів (50%);

- навчання теорії медіа і медіакультури (48%) [10, с. 26–27].

Аналіз теорії і практики медіаосвіти в різних країнах свідчить про те, що у світі немає єдиної теоретичної концепції медіаосвіти. Сьогодні можна виділити десять головних теоретичних підходів у цій галузі. Кожна теорія тією чи іншою мірою спрямована на розвиток медіаграмотності аудиторії, її соціокультурного розвитку й адаптації до нових реалій життя.

Беззаперечним є висновок про очевидну необхідність забезпечити зростання медіакультури споживачів ЗМК шляхом здобуття ними медіаосвіти. Зростання медіаграмотності закономірно нівелюватиме й корегуватиме негативні медіавпливи й розширюватиме сферу та підвищуватиме результативність позитивних наслідків використання медіа.

1. *Джон Кін*. Мас-медіа і демократія. К., 1999.
2. *Кириллова Н. Б.* Медиаобразование в эпоху социальной модернизации // Педагогика. 2005. № 5. С. 13–21.
3. *Крос К., Гакет Р.* Політичні комунікації та новинні засоби масової інформації у демократичних країнах: конкуруючі підходи. <http://soc-gw.univ.kiev.ua/PUBLICAT/SOC/POLCOM/content.htm>
4. *Латин Н. И.* Социокультурная трансформация // Российская цивилизация: этнокультурные и духовные аспекты: Энциклопедический словарь. М., 2001.
5. *Мастерман Л.* Обучение языку средств массовой информации // Специалист. 1993. № 4.
6. Психологія масової політичної свідомості та поведінки / Відп. ред. В. Васютинський. К., 1997.
7. Российская педагогическая энциклопедия. М., 1993.
8. *Федоров А. В.* Терминология медиаобразования // Искусство и образование. 2000. № 2. С. 33–38.
9. *Федоров А. В., Новикова А. А.* Основные теоретические концепции медиаобразования // Вестн. Рос. гос. гуманит. фонда. 2002. № 1. С. 157.
10. *Федоров А. В., Новикова А. А., Чельшева И. В., Каруна И. А.* Медиаграмотность будущих педагогов в свете модернизации образовательного процесса в России. Таганрог, 2004.
11. *Kuczik M., Zipfel A.* Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu. Warszawa, 2000.
12. Media Education. Paris: UNESCO, 1984.

**MEDIA EDUCATION AS A MEANS OF YOUTH MEDIA CULTURE
FORMATION****Iryna Myshchyshyn, Nataliya Trokhaniak***Ivan Franko National University of L'viv
Doroshenko Str., 41, UA-79000 L'viv, Ukraine*

The need for forming a high level of youth media culture is stipulated by the expansion of the content and the trends of contemporary media influences upon young people. The development of media culture can be reached by gaining media education that conduces the increase of effective positive media influences and the decrease of negative ones.

Key words: media, media education, media culture, mass media means, media space, media influences, media functions.

Стаття надійшла до редколегії 12.10.2005

Прийнята до друку 18.05.2006