

ТЕЛЕБАЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ ДУХОВНО-НАЦІОНАЛЬНОГО САМОРОЗВИТКУ ТА САМОВДОСКОНАЛЕННЯ ДІТЕЙ, ПІДЛІТКІВ І ЮНАЦТВА

Оксана Білоус

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

Охарактеризовано складові ефективного використання телебачення у системі національно-патріотичного виховання дітей, підлітків і юнацтва. Окреслено методичні засади медіаосвіти школярів, батьків і вчителів.

Ключові слова: телебачення, діти, підлітки, юнацтво, медіаосвіта, батьки, вчителі, інформаційний простір, національно-патріотичне виховання.

Неможливо сьогодні уявити світ без телебачення, Інтернету, радіо, кіно, преси тощо. Вони широко і всебічно інформують про життя на планеті, розповідають про проблеми, над розв'язанням яких працює людство, громадськість нашої держави. Однак телевізійний простір містить у собі цілком реальні небезпеки для дітей. Тим часом складаються парадоксальні ситуації: чим більше у нас “борються” з порнографією та насильництвом, тим більше порнографії та насильництва на наших екранах; чим більше борються з аморальністю, тим менше моральності: “От були Великодні свята і, здавалося, хоча б у ці дні мало б бути якоесь піднесення краси, духовності на телевізійних екранах. А було навпаки, – зазначив кінорежисер, лауреат Шевченківської премії О. Бійма. – Відбулися формальністю – показати трансляції Божих служб. І все. А інше – нібито вже й не та стихія, інше життя. І ми живемо в якомусь іншому житті, де поняття духовності, краси, піднесення відсутні” [13].

Під заманливим гаслом свободи інформації розширюються масштаби негативного впливу телебачення на багатомільйонні маси. Комунікативний бум супроводжується ескалацією стандартів бульварної журналістики. Діти, підлітки, юнацтво жадібно ковтають принадну наживку. “Постійний режим психокодування, насадження певних настанов – усе це зміцнює у суспільстві «естетику зла», що руйнує психологію дітей і підлітків, у яких ще не зміцніли моральні параметри” [30]. Відомо, що занепад моральності завжди призводить до погіршення і руйнування не тільки духовної культури, але і, як наслідок, матеріальної. У наш час, незважаючи на розвиток матеріальної цивілізації, можна спостерігати, як занепад етичних еталонів значно сповільнює духовний розвиток людства, втягаючи все більше і більше людей різних країн у якоесь моральне заціпеніння.

Духовне зубожіння, всездозволеність досягнули такої критичної межі, що потрібно цілеспрямовано, наполегливо, системно гуманізувати електронні засоби масової

інформації, зосередитися на формуванні культурноцентричної Української держави. Якщо цього не робити, мовчки спостерігати, що телеглядачі дивляться сьогодні, що їм пропонують, то “процес дегенерації набуде зляканих розмірів” [30]. Телебачення, усі електронні ЗМІ володіють можливостями сприяти українському суспільству розвиватися шляхом національного самозбереження і самоудосконалення. Отже, електронні ЗМІ є досить таки відповідальними за морально-психологічний стан у суспільстві. “Ми здебільшого не здогадуємося, що здійснюється безпосередній вплив на нашу психіку: її атакують, деформують, впливають на свідомість. А нам здається, що ми лише сидимо та відпочиваємо” [5, с. 9].

Особливо згубно, як уже було зазначено, низькопробна чужинська “масова культура” впливає на дітей, підлітків, юнацтво. Для них підсвідома агресія найнебезпечніша. Адже відомо, що людина – біосоціодуховна сутність, складне поєднання свідомості, інтелекту і підсвідомості. Відеопродукція провокаційно-агресивного змісту, де пропагується насилля, жорстокість, еротика, порнографія, фактично блокує високе духовно-національне “Я” молоді людини, паралізує свідомість й активно пробуджує нездорові інстинкти. І, як наслідок, формується зовсім інша особа – егоїстична, жорстока, жадібна, “зрештою – соціальна тварина” [29, с. 13]. Боязкі спроби обмежити аморальність у телеєфірі хоча б тимчасовими рамками не дали результату. Саме тому українські діти переглядають такі “видатні” твори, як “Відставний сержант Був’є став маніяком-убивцею” (“Суддя вбивця”); “Однією із розслідування Юргена Коппа стала справа про серійного вбивцю” (“Закон, порядок і вбивство”); “Маніяк обробляв свої жертви, відрізаючи в нещасних очі, вуха та язика” (“Ханжа”); “Серійний убивця, який винищує жінок, тримає в страху все місто” (“У тенетах брехні”); “Блакитноокий маніяк у масці гвалтує жінок” (“Комплекс страху”); “Джоанн Кілборн довідується, що почерк злочинців дуже схожий із манерою серійного вбивці повій” (“Кримінальний інстинкт”).

Є чимало, на перший погляд, пристойних назв стрічок, які так і хочеться подивитися. Скажімо, “Кумедні ігри”. Про що це? Цитую анотацію: “Молоді люди вирішили порозважатися – вони вбили собаку, зламали ногу чоловікові, застрелили дитину, а дружину втопили в озері”.

Американські лікарі привертають увагу до трьох серйозних наслідків впливу на психіку підростаючого покоління фільмів із насильством. По-перше, підліток стає байдужим не тільки до екранних проявів насильства, а й до реальних. По-друге, агресивна поведінка дітей, підлітків, юнацтва стає нормою. По-третє, в дитини підсвідомо розвивається страх від можливості самою стати об’єктом насильства [33, с. 299–306].

У нас заручники телевізійної агресії не лише діти. Легше заборонити дітям дивитися ТБ-страшилки, аніж відмовити дорослим у задоволенні втішатися тим телебаченням, яке в нас є, а воно колоніальне: 80 % – чужий телепродукт, і майже всі 20 % – непряма агресія проти власної гідності. Справді, телебачення – могутня річ, воно здатне зліпити людину і навіть зліпити націю. “Але наше телебачення явно ліпить націю, яка себе зневажає. І в жодному законі не сказано, що це заборонено” [11]. В телевізійному ефірі України надто багато “контркультурних балістичних ракет”, чужого телепродукту, значна частина якого – аморального, антиукраїнського спрямування [35].

Якщо й надалі українське телебачення буде продовжувати ігнорувати інтереси дітей, підлітків, юнацтва, не пропонуючи їм цікавого, змістовного національного телепродукту, то наступне покоління телеглядачів буде без повноцінного минулого. “У нас і у наших дітей були прекрасні мультики (“Чебурашка”, “Ну, постривай!”, “Вінні-Пух”), були дивовижні фільми-казки Олександра Роу, був Дід Панас, програма “В гостях у казки...” Це було цікаво, це об’єднувало, не кажучи вже про приголомшуючий виховний ефект, – наголосив ведучий програми “Світ комп’ютера” (ICTV) Дмитро Оскін. – Зараз нічого подібного немає, люди, які працюють на дитячих ранках, скаржаться, що дуже важко знайти телевізійний, казковий чи мультяшний персонаж, який би об’єднував усіх. У дітей немає своїх кумирів, їм підсовують кумирів “імпортних”, м’яко кажучи, не найкращих. Потураючи такій ситуації, ми втрачаємо ще один важливий момент – наші діти не навчені пишатися своїм, українським. Ось американці “пишаються тим, що “Том і Джеррі”, які полюбилися всьому світу, були вигадані й з’явилися в Штатах. Нашим же маленьким громадянам поки що пишатися нічим, ми не даємо їм такого шансу” [10].

Заслужений артист України, журналіст М. Савчук у фольклорно-етнографічному дослідженні “Від Пилипівки до Говіння” зазначив, що людям також заважають дотримуватися християнської скромності й стриманості радіомовлення, телевізії, магнітофони. “Жаль за тим, що сучасні дітлахи у Пилипівку псують очі на телевізії, а вуха на магнітофонах, і що не можуть і не хочуть навіть уявити собі, які гарні й давні наші колядки, які легенди знали наші предки, і як жили їхні діди й баби” [28, с. 5–6]. М. Савчук закликає не піддаватися злим чарам “диявольського ока – телевізора”, не розгубити на золотій стежці у майбутнє наші духовні скарби.

“Майбутнє нашого суспільства великою мірою залежить від здатності управляти інформацією та засобами спілкування, від уміння читати ЗМІ, які домагаються нас аж до насичення і бувають якими завгодно, крім нейтральних” [7, с. 8]. Отже, навчання умінню користуватися ЗМІ, тобто оволодіння методикою їхнього використання у навчально-виховному процесі – цілком виправдане. Концепція вивчення мас-медіа передбачає усвідомлення, що ЗМІ – культурна цінність, яку треба захищати, розвивати, критикувати; вона спонукає приділяти максимальну увагу медіаосвіті, тобто розумінню не тільки переваг, а й загроз, які несуть електронні ЗМІ для людської психіки. Люди, які живуть в інформаційному суспільстві, повинні знати його вади та й переваги, навчитися сприймати мас-медіа такими, якими вони є насправді, а не такими, як подають себе.

Медіаосвіті присвячено чимало праць у США, Великобританії, Німеччині, Франції, Росії, Японії та інших країнах. Розвивається медіаосвіта також в Україні, але до уваги треба брати чималий досвід використання ЗМІ в системі освіти і виховання, який було нагромаджено в колишньому СРСР. Ми аналізували праці Б. Вовка, Г. Галочкіної, А. Каюмова, В. Ксенофонта, В. Лизанчука, А. Меншикової, Е. Михайлової, Л. Чашка, які досліджували виховні можливості радіо, телебачення і преси, розглядали важливість педагогічного керівництва “спілкуванням” дітей з телевізором і радіоприймачем. Хоча, зрозуміло, що під час панування тоталітарного режиму наукові дослідження про функціонування радіо і телебачення відбулися в рамках комуністичної ідеології.

Доктор наук із соціальних комунікацій І. Пенчук ділить медіаосвіту дітей на шкільну і позашкільну [23, с. 233]. Дослідники засобів масової комунікації виокремлюють власну журналістську освіту (або професійну медіаосвіту) і масову медіаосвіту. Російський дослідник А. Федоров під медіаосвітою розуміє процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, вмінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінювання медіатекстів, навчання різними формами самовираження за допомогою медіатехніки” [32, с. 449]. Дичківська І. вважає, що “головне завдання медіаосвіти – це підготовка тих, хто навчається, до життя в інформаційному суспільстві, формування в них уміння користуватися інформацією у будь-якому вигляді, здійснювати комунікації, відчувати результати впливу на людину засобів масової інформації, особливо засобів масової комунікації” [8, с. 341]. На думку Онкович Г., медіаосвіта – це процес навчання та самоосвіти особистості через засоби масової комунікації” [22, с. 326]. Кирилова Н. Б. пропонує десять теорій медіаосвіти: 1) медіаосвіта як теорія розвитку критичного (демократичного) мислення аудиторії; 2) медіаосвіта як культурологічна теорія; 3) медіаосвіта як соціокультурна теорія; 4) семіотична теорія медіаосвіти; 5) естетична (художня); 6) “практична”; 7) ідеологічна; 8) медіаосвіта як теорія “вживання та задоволення”; 9) “ін’скційна” (превентивна); 10) естетична теорія медіаосвіти [16].

ЮНЕСКО визначає такі основні напрями медіаосвіти:

- 1) медіаосвіта майбутніх професіоналів: журналістів (телебачення, радіо, преса, Інтернет), кінематографістів, редакторів, продюсерів та ін.;
- 2) освіта майбутніх педагогів в університетах, педагогічних інститутах, підвищення кваліфікації викладачів вишів і шкіл у рамках курсів з медіакультури;
- 3) медіаосвіта як частина загальної освіти школярів і студентів, що навчаються у звичайних школах, середніх спеціальних навчальних закладах, вишах, може бути інтегрованою із традиційними дисциплінами або автономною (спеціальною, факультативною, гуртковою тощо);
- 4) медіаосвіта в установах додаткової освіти й дозвіллевих центрах (будинках культури, центрах позашкільної освіти) [9, с. 103]. До медіаосвіти належать аудіовізуальна освіта [3; 4], телеосвіта, радіоосвіта, мультимедіаосвіта, інтернетосвіта, кіноосвіта [31].

Професор Б. Потятиник наголошує, що медіаосвіта намагається дати максимально повне розуміння того, що таке сучасні медіа (включно з найновішими технологічними досягненнями), які можливості вони надають і як ними користуватися [26, с. 160]. Він вважає, що медіаосвіта в Україні повинна прищепити “психологічний імунітет” до патогенного впливу електронних ЗМІ, який пов’язують з надміром реклами, маніпуляцією і фальсифікацією, екранним насильством і порнографією. Він привертає увагу до таких основних складників медіаосвіти: 1) медіа-філософія (у США та Великобританії – Philosophy of Mass Communication, Media Philosophy, Media Ecology, у Німеччині – Medienphilosophie); 2) масове володіння сучасними комунікаційними технологіями, включно зі створенням власних інтернет-ресурсів для індивідуального чи корпоративного самовираження, громадських, наукових чи мистецьких цілей; 3) вироблення “психологічного імунітету” до потенційного негативного впливу сучас-

них медіа (у Західній Європі та Північній Америці для означення цього напрямку також застосовують поняття “медіаграмотність” (“media literacy”); 4) медіакритика (media criticism) [25, с. 6].

Ці чотири взаємопов’язані елементи медіаосвіти охоплюють поліпшення якості телепередач з урахуванням психологічних і фізіологічних особливостей розвитку дітей, підлітків, юнацтва, педагогічного керівництва педагогами і батьками “спілкуванням” юних глядачів з телевізором, забезпечення певного рівня інтелектуальної та емоційної підготовки, психологічного настрою для сприймання телематеріалів, які формують імунітет проти кіч-культури, антиукраїнських, антидержавних ідей, сприяють розвитку, захисту, повнокровному функціонуванню української мови, культури, духовності, національного інформаційного простору – основи безпеки української нації, Української держави.

З цього медіаосвітнього комплексу ми виокремлюємо питання підвищення ефективності впливу передач регіонального телебачення на формування національно-патріотичних переконань у дітей, підлітків і юнацтва. Адже суттєвим є не тільки те, що передається по телевізору, а й те, яка реакція на ту чи іншу передачу, який результат комунікативного акту – позитивний чи негативний. У цьому комунікаційному процесі важливе місце посідають і вчителі, і батьки. Вчителі зазвичай формують медіазнання (медіаграмотність, медіакультуру, медіаосвіту) у батьків та школярів, а батьки створюють вдома необхідну психологічну ситуацію щодо ефективного “спілкування” дітей з телевізором і сприйняття ними регіональних і загальноукраїнських морально-духовних і національних цінностей.

Вивчивши методи дослідження проблеми “телебачення і діти” В. Шрамма [38–40], Х. Гіммельвейта, П. Вінса і А. Оппенгейма [36], Г. Малецке [37], А. Бандури [1, 2], І. Пенчук [23], В. Лизанчука [17], Ю. Любченко [18], а також застосувавши методи наукових досліджень у журналістикознавстві, які розробили В. Різун і Т. Скотникова [27], автор цієї статті підготувала “Методику вивчення впливу телебачення на формування національно-патріотичних переконань дітей”, яку схвалив Львівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти і рекомендував для навчально-виховної роботи.

Результати нашого дослідження підтверджують експерименти психологів, соціологів, педагогів, які показують, що діти, особливо дошкільного і молодшого шкільного віку, дивляться передачі “очима дорослих” – батьків, вчителів. У наступні роки позиція дорослих часто стає позицією підлітків, юнаків і дівчат, своєюрідною точкою опори в оцінці телевізійних матеріалів, навколишньої дійсності. Адже виховання у школярів потреби вчасно “ввімкнути або вимкнути” телевізор, вибирати саме ту передачу, яка сприятиме інтелектуально-естетичному, національно-патріотичному розвитку, є одним з найважливіших завдань, розв’язання яких буде морально-духовним захистом “від шкідливих ефектів і трендів медіа” [12, с. 312]. У цьому процесі зростає роль батьків, які виконують двоєдине завдання: самі вчать спілкуванню з телевізором і навчають дітей, або навпаки: самі без визначеної мети дивляться будь-які телепередачі і, на жаль, не цікавляться, у полоні яких телепрограм перебувають їхні діти. Негативний вплив телепередач на дітей спонукає громадськість до пошуків методів і форм навчання батьків, вчителів, дітей, щоб адекватно інтерпретувати інформацію.

“Я переконана, що наше телебачення треба практично повністю змінювати, особливо програми для дітей. Якби лишень батьки уявили, як міцно в душу дитини западають цінності, що їх пропагує телебачення! В розвинених країнах до цього ставляться дуже пильно, – підкреслює керівник Міжнародного центру “Розрада” В. Бондаровська. Наприклад, там постійно показують фільми, зняті за мотивами дитячих книжок, які у нас свого часу були заборонені як ідейно шкідливі. У Великобританії, наприклад, знято фільм “Поліанна” про дівчинку, яка перевиховала ціле містечко. Знаю, що вийшли такі чудові кінострічки “Маленький лорд Фаунтлерой”, “Таємничий сад”. Гадаєте, в Києві можна купити бодай один із цих фільмів? Особисто я хочу одній дівчинці, яка приходить на консультації до нашого центру, подарувати всі фільми з цієї серії. Де там! Вдалося придбати лише “Маленького лорда...” Я знаю, дівчинка щодня переглядає цю чудову стрічку. На жаль, наше телебачення продовжує пропагувати жорстокість та насильство” [21].

Провідний науковий співробітник Інституту психології АПН України Л. Вовчик-Блакитна зазначає, що для дитини такі телепередачі, як “Вечірня казка” – це свого роду ритуал, пов’язаний із засинанням. Увечері дитина має почути щось приємне, ласкаве, ніжне, що не напружувало б, а навпаки, заспокоювало. “Якщо батьки дуже зайняті та переобтяжені роботою й не можуть приділити дитині 15 хвилин перед сном для спокійного спілкування, то нехай це буде телевізор і ведуча – тітонька Алла, чи хтось інший, але це має бути розмова, звернена безпосередньо до дитини” [19]. (У цьому сенсі той факт, що “Вечірня казка”, що повернулася на ТБ, досі “плаває” по ефіру й немає стабільного часу виходу, звісно, дещо знижує корисний “снодійний” ефект програми) [19].

На думку Л. Вовчик-Блакитної, програми, подібні до “Вечірньої казки”, – добра традиція. Мають бути телепрограми, які пов’язують різні покоління. Інша річ, що традиційні формати треба наповнювати новим змістом. “Бажано шукати ті форми, ті слова, ті казки, за допомогою яких можна достукатися до дитячих душ. Тому що, на жаль, дуже багато дитячих душ уже закрилися. У багатьох дітей уже стоять якісь бар’єри, викликані різними негативними впливами, зокрема мультфільмами з усілякими жахами, монстрами тощо” [19].

У контексті формування культури комунікації, уміння усвідомлено сприймати телевізійну інформацію, критично осмислювати, інтерпретувати телевізійні матеріали ми задали школярам зі Львова і Львівської області та студентам II, III, IV, V курсів факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка письмове завдання, щоби з’ясувати про першу найцікавішу зустріч з телепередачею за таким планом: 1) у яких умовах дивився (лася) передачу; 2) випадково дивився передачу, сам вибрав чи хтось порекомендував; 3) що запам’яталося з цієї передачі і чим це можна пояснити; 4) чи ділився враженнями від цієї передачі і як людина реагувала; 5) побажання працівникам регіонального телебачення щодо підготовки передач.

Методи нашого дослідження (опитування, тематичні бесіди, спостереження) підтверджують, що роль батьків на завершальному етапі комунікативного циклу (комунікатор – повідомлення – юний реципієнт – батьки і вчителі) надзвичайно важлива, бо саме від них багато залежить чи сприйме їхній син, дочка позитивно насажений телевізійний матеріал, чи зуміє створити морально-психологічні перепони негативній

енергії телепередачі. Адже телебачення володіє “магічною” силою захоплення, бо порівняно з читанням газет або прослуховуванням радіо школяр докладає найменше зусиль, щоби подивитися ту чи іншу передачу.

Якщо батьки зуміють сформувати в дитини культуру спілкування з електронними засобами масової комунікації, то телевізор стане її “другом”, який відкриє вікно у світ прекрасного. Може статися навпаки, що вседозволеність, байдужість, зайнятість батьків призводить до того, що дитина потрапляє у полон телевізора чи Інтернету і без критичної оцінки сприймає будь-яке видовище. Безрозбірне спілкування з телевізором, деструктивна енергія якого не зменшується, а навпаки, збільшується, негативно впливає на моральне становлення, національно-патріотичне виховання, поведінку і вчинки дітей, підлітків, юнацтва. Тому головне завдання медіаосвіти – “підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різноманітної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, оволодівати способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів” [20].

Під час комплексного дослідження з’ясовано, що до 5 % дорослих (батьки, дідуся, бабусі, старші брати і сестри) рекомендують дітям, які саме телепередачі дивитися. У 40 % цих сімей обговорюють з дітьми телепередачі. 30% дорослих спорадично спілкуються з дітьми про телепередачі. У 20 % сімей діти самі вибирають, які передачі дивитися.

Отже, проаналізовані відповіді щодо ролі передач регіональних телеканалів у процесі формування національно-патріотичних переконань у дітей, підлітків, юнацтва дають підставу доповнити комунікативний цикл ще одним важливим компонентом – “батьки і вчителі”. Тому, в педагогічному, психологічному, соціокультурному середовищі є природним функціонування такого комунікативного циклу: “комунікатор – повідомлення – юний реципієнт – батьки і вчителі”.

У цьому контексті ідея створення сімейного телебачення є не тільки актуальною, а й нагальною. Звичайно, для створення такого каналу повинна бути науково обґрунтована концепція. В основі такої концепції повинен лежати захист інтересів сім’ї як єдиного і складного організму, в якому все взаємопов’язане і взаємозалежне. На сімейному каналі, звичайно, повинні домінувати інтегруюча, ціннісна, освітньо-виховна функції, ідеї добра для всієї сім’ї і для кожного її члена. Зокрема, це ідея вірності батькам, яку сьогодні часто ігнорують, також ідея вірності дітям, яку теж ігнорують. Сімейний канал не повинен обходити і тих гострих проблем, які простежуються в сучасних молодих сім’ях. “Я постійно дивлюся з дітьми передачі російського каналу “НТВ – Детский мир”. Саме НТВ, на мою думку, демонструє класику світового і російського художнього кінематографа. На українському сімейному каналі варто би було демонструвати українське і зарубіжне дитяче кіно, дитячі вистави, які популярні в дитячих театрах України” [15].

Наголосимо, що актуалізація створення сімейного телебачення зумовлена передусім збільшенням “кількості” агресивності і насильства на телевізійному екрані. Багато програм нинішнього телебачення розраховано на найнижчий інтелектуальний рівень. Тобто, знижується роль інтелектуального діалогу. Зазначимо, що в Україні мало українського національного телевізійного продукту. Те, що є, – “хаотичне нагромадження ефірного секонд-хенду. Найбільша тут вада – вторинність, – вважає письменник

В. Шкляр. – Навіть цікаві свого часу канали останнім часом регресували з огляду на культурну гігієну. Принаймні, українському письменнику дивитися засмічений чужою маскультурою телевізор так само шкідливо, як балерині носити кирзові чоботи. Іноді я можу зачепитися за добре дубльований українською мовою фільм і переглянути його до кінця. Але таке буває дуже рідко [14].

Психолог С. Липинська наголошує, що сімейне телебачення має бути неагресивним. Сучасне українське телебачення сімейним назвати не можна, бо воно дуже агресивне – починаючи від новин і закінчуючи дитячими фільмами, важко знайти не тільки сімейний канал, а й сімейну програму. На її погляд, сімейною передачею можна назвати КВК, якийсь концерт. Загалом сімейним каналом, на її думку, мав би бути такий канал, де б транслювали, наприклад, науково-пізнавальні, інтелектуальні, морально-естетичні програми. Оскільки діти через гру або казку пізнають світ, для них сам телевізійний простір і всі його герої – живі. Саме тому все, що вони вбирають з екранів телевізора, має бути ретельно відібране. “Вважаю, що така “цензура” (в позитивному значенні цього слова) повинна здійснюватися на рівні держави, – наголошує С. Липинська. – Це дозволить транслювати за допомогою телебачення високі національні цінності” [15].

Погоджуємося з президентом Українського центру політичного менеджменту, кандидатом психологічних наук Ю. Шайгородським, який доводить, що сімейне телебачення повинно транслювати важливі й цікаві новини про події в регіонах, Україні і світі, хроніку, цікаві довідки тощо; освітньо-пізнавальні програми за напрямками, визначеними потенційними глядачами, наприклад, географія, право, політика, історія, психологія тощо; програми для різних вікових категорій; програми для жінок (дівчаток), для чоловіків (хлопчиків); власне сімейні програми – планування сім’ї, здорове харчування, психологічна служба, поради спеціалістів, спільне дозвілля тощо; розважальні програми – ігрові шоу, конкурси, вікторини; музичні програми; авторські програми; світ мультфільмів; мода і стиль тощо.

Не потрібно демонструвати на сімейному телебаченні телепродукцію з елементами насильства, жорстокості; що пропагує війну, національну та релігійну ворожнечу; яка принижує особистість за будь-якою ознакою; що пропагує невігластво, неповагу до батьків; наркоманію, токсикоманію, алкоголізм, тютюнопаління та інші шкідливі звички; реклама тютюну, алкогольних і слабоалкогольних напоїв, агресивних видів спорту. Цей тематичний спектр можна розширити питаннями стосовно національно-патріотичного виховання дітей, підлітків, юнацтва.

Наголошуємо, що телебачення називають не тільки “скринькою Пандори”, “скринькою сатани”, “диявольським оком”, “секонд-хендом”, а й вихователем. Телебачення – вихователь не тільки дітей. Формування (корегування) цінних орієнтацій батьків сьогодні не меншою мірою залежить від телевізійного продукту. Інформація має задовольнити інтелектуальні, пізнавальні, естетичні потреби; вона має спонукати думати, формувати високі духовно-моральні цінності, орієнтації, утверджувати у свідомості національні ідеали. Це передусім, потрібно врахувати, коли готують телевізійні передачі для дітей, підлітків, юнацтва, як наголошує доцент Наталія Габор. Вона закликає об’єднатися освітянам, психологам, журналістам, священникам, юристам для спільної праці, щоби навчити батьків і дітей правильно “спілкуватися” з телевізором [6, с. 66].

Важливою складовою медіаосвіти є дотримання батьками певних педагогічних вимог, реалізація яких сприятиме формуванню у дітей інтересу до навчання, різнобічних знань про національну історію, культуру, мистецтво, мораль, духовність. Такий інтерес спонукає до активних, цілеспрямованих, самостійних дій з метою інтелектуального, пізнавального, естетичного зростання.

Осмиливши матеріали представницьких конференцій ЮНЕСКО з проблем медіаосвіти і медіаграмотності (Париж, червень 2007) і Ради Європи (Грац, грудень 2007), міжнародного форуму “Альянс цивілізацій”, що відбувся 15–16 січня 2008 року в Мадриді, та, взявши до уваги методологічні і концептуальні засади нашого дослідження, ми розробили “Методичні поради батькам і вчителям щодо усунення патогенного впливу телебачення на дітей”, які також схвалив Львівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти і рекомендував для навчально-виховної роботи.

Інформаційне телевізійне середовище впливає на діяльність батьків щодо формування в дітей здорових естетично-інтелектуальних, національно-патріотичних, морально-духовних якостей. Це пов’язано зі змістовим наповненням телевізійного повідомлення, потребою юних реципієнтів в соціально значущій інформації, її сприйняттям (не сприйняттям), рівнем медіаграмотності (медіаосвіти) і національною свідомістю батьків. Тому потрібно дбати про “широке запровадження у виховну систему шкіл родинно-національних традицій у поєднанні з досягненнями педагогічної і психологічної науки, підвищення педагогічної культури батьків на основі особистісного вибору цінностей виховання дітей у сім’ї і відповідальності за його результат [24]. Таку ж відповідальність за національно-патріотичне виховання школярів повинні нести працівники регіональних телеканалів, які покликані спрямувати природні можливості телебачення на добродіє, обмежуючи агресивні інформаційні потоки.

Програмна політика регіонального телебачення щодо мовлення для дітей, підлітків та юнацтва суттєво залежить від інформаційної політики в Україні. В основу нової, ефективної та наступальної моделі інформаційної політики потрібно закласти принципи інформаційного патріотизму: “Пріоритет національних інтересів України; розширення та захист інформаційного простору країни та регіонів; протекціонізм національним виробникам інформаційних продуктів і послуг” [34]. Серед ключових завдань такої політики мають бути: розвій національного інформаційного простору, який зміцнюватиме цілісність країни на ґрунті національних цінностей та ідей; створення конкурентоспроможної національної системи виробництва інформаційної продукції, розвинутої інформаційно-комунікаційної інфраструктури; збереження національної та культурної самобутності українського народу; захист та просування інтересів України на світовій арені.

Концептуально ці завдання стосуються регіонального телебачення, яке своїми задачами для дітей, підлітків і юнацтва здатне разом з батьками, вчителями безпосередньо впливати на їхній морально-духовний, національний саморозвиток та самовдосконалення.

Список використаної літератури

1. Бандура А. Теория социального научения / А. Бандура; [пер. з англ. под. ред. Н. Н. Чубаря]. – СПб. : Евразия, 2000. – 318 с.
2. Бандура А. Принципы социального научения / А. Бандура, Р. Уолтерс // Современная буржуазная социальная психология. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – С. 55–60.

3. Бондаренко Е. А. О психологическом развитии ребенка. Дошкольный возраст / Е. А. Бондаренко. – Минск, 1974. – 126 с.
4. Бондаренко Е. А. Диалог с экраном : учеб. пособ. для школ. возраста по предмету “Основы экранной культуры” / Е. А. Бондаренко. – М. : SVR-Аргус, 1994. – 96 с.
5. Габор Н. Проблеми медіаосвіти у контексті інформаційного середовища держави / Н. Габор // Нові шляхи комунікації: дайджест електронного журналу, присвяченого проблемам медіа і масової комунікації. – 2002. – № 4–5. – С. 8–9.
6. Габор Н. Проблеми медіаосвіти у контексті інформаційного середовища держави / Н. Габор // Вісник Львівського університету. – 2002. – С. 468–472. – Серія журналістика. – Вип. 22.
7. Гоне Жак. Освіта і засоби масової інформації / Жак Гоне. – К. : Вид-во “К.І.С.”, 2002. – 100 с.
8. Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології / І. М. Дичківська. – К. : Академвидав, 2004. – 352 с.
9. Духаніна Н. Медіаосвіта: теоретичний аналіз / Н. Духаніна // Журналістика, філологія та медіаосвіта : у 2 т. Т. 1. – Полтава : Освіта, 2009. – С. 102–105.
10. Дядюн К. Двадцять років тому / К. Дядюн // День. – 2003. – 30 трав.
11. Жежера В. Привиди агресії / В. Жежера // Голос України. – 2004. – 7 трав.
12. Ілляк Н. Проблеми медіаосвіти в Україні в контексті євроінтеграції (світовий і вітчизняний досвід) / Н. Ілляк // Диалог: Медіа-студії : зб. наук. пр. / ред. кол.: відп. ред. Александров О. В. [та ін.]. – Одеса : Астропринт, 2011. – Вип. 12. – С. 311–319.
13. Кацун Ю. Апокаліптичні повідомлення і святкові формальності / Ю. Кацун // День. – 2003. – 7 трав.
14. Кацун Ю. Ефірний “секонд-хенд” / Ю. Кацун // День. – 2004. – 13 лют.
15. Кацун Ю. “Сімейне” – означає неагресивне / Ю. Кацун // День. – 2004. – 6 серп.
16. Кириллова Н. Б. Медиаобразование в эпоху социальной модернизации / Н. Б. Кириллова // Педагогика. – 2005. – № 5. – С. 13–21.
17. Лизанчук В. В. Внимание: включен приемник (влияние радио и телевидения на формирование гражданской активности молодежи) / В. В. Лизанчук. – Львів : Вид-во при Львів. держ. ун-ті видав. об’єдн. “Вища школа”, 1986. – 127 с.
18. Любченко Ю. В. Виразальні засоби радіожурналістики: прагматичний і когнітивний аспекти : дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Ю. В. Любченко. – Запоріжжя, 2012. – 210 с.
19. Мазурін М. “Неснодійний” ефект дитячого ТБ / М. Мазурін // День. – 2005. – 9 груд.
20. Морозова Г. Нові знання у новий спосіб / Г. Морозова // Медіаосвіта. – 2010. – 17–24 берез.
21. Нетудихата Т. Ящик Пандори / Т. Нетудихата // Україна молода. – 2005. – 8 листоп.
22. Онкович А. В. Медиадидактика / А. В. Онкович // Журналістика и медиаобразование / [под ред. А. П. Короченского]. – Белгород : Изд-во Белгород. гос. ун-та, 2007. – Т.1. – С. 243–248.
23. Пенчук І. Л. Телебачення для дітей в Україні : монографія / І. Л. Пенчук. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 384 с.
24. Постовий О. Quo vadis, українська родино? Про роль сім’ї у становленні держави / В. Постовий // День. – 2011. – 11–12 берез.
25. Потятиник Б. Якщо не вдається переробити медіа, то треба змінити їхню аудиторію / Б. Потятиник // Нові шляхи комунікації: дайджест електронного журналу, присвяченого проблемам медіа і масової комунікації. – 2002. – № 4–5. – С. 5–6.
26. Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння / Б. В. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.
27. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : Преса України, 2008. – 144 с.
28. Савчук М. Від Пилипівки до Говіння / М. Савчук. – Коломия, 2003. – 110 с.
29. Слободян М. Монолог відеокасет / М. Слободян // Вісник Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення. – 2002. – № 4(7). – С. 12–14.
30. Слободян М. Морально-етичний нокаут / М. Слободян // День. – 2003. – 7 трав.
31. Усов Ю. Н. Программа учебного курса “Основы экранной культуры” для школьников 9–11-х классов общеобразовательной школы / Ю. Н. Усов // Основы экранной культуры. Цикл программ / [рук. Ю. Н. Усов]. – М., 1998. – С. 29–45.
32. Федоров А. Медиаобразование: история, теория и методика / А. Федоров. – Ростов н/Д : ЦВВР, 2001. – 708 с.

33. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2002. – 448 с.
34. Червак Б. Що таке інформаційний патріотизм? / Б. Червак // Українське Слово. – 2012. – 2–8 трав.
35. Шовкошитний В. Як виховати українця / В. Шовкошитний // Українське Слово. – 2004. – 30 черв. – 6 лип.
36. Himmelweit H. Television and the child: an empirical study of the effect of television on the young / H. Himmelweit, A. Oppenheim, P. Vince. – London : Published for the Nuffield Foundation by Oxford University Press, 1958. – 522 p.
37. Maletzke G. Fernsehen im Leben der Jugend LTelevision in the life of youth / Gerhard Maletzke. – Hamburg : Hans Bredow Institute, 1959. – 208 p.
38. Schramm W. Television in the lives of our children / Wilbur Schramm, Lyle, Jack Edwin, Parker Edwin. – Stanford : Stanford University Press, 1961. – 324 p.
39. Schramm W. The science of human communication / Wilbur Schramm. – New York : Basic Books. – 1963. – 224 p.
40. Schramm W. The effects of television on children and adolescents / Wilbur Schramm // Reports and papers on mass communication. Unesco. – 2007. – 55 p.

Стаття надійшла до редколегії 12.09.14

Прийнята до друку 05.10.14.

TELEVISION IN THE CONTEXT OF NATIONAL AND SPIRITUAL SELF-DEVELOPMENT AND SELF-IMPROVEMENT OF CHILDREN, ADOLESCENTS AND YOUTH

Oksana Bilous

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chupryny Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: kafradioiteleb@ukr.net*

Author determined components of effective use of television in the system of national-patriotic education of children, adolescents and youth. Outlined methodological principles of media education of pupils, parents and teachers.

Under the attractive banner of freedom of information expanding the scale of the negative impact of television on multimillion mass. Children, teenagers, young people greedily swallow tempting bait. Spreading certain directives strengthens in society “aesthetics of evil” that destroys the psychology of children and adolescents who have not yet built up the moral parameters. Decline of morality always leads to deterioration and destruction not only of spiritual culture, but also as a result in material. We must purposefully and persistently and systematically humanize electronic media, focusing on the formation of cultural centrist Ukrainian state.

Key words: television, children, adolescents, youth, media education, parents, teachers, information space, national-patriotic education.