

ВИВЧЕННЯ ПРЕСИ ЯК СКЛАДОВА НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОГО ПРОЦЕСУ В ШКОЛІ

Постановка проблеми. В епоху інформаційного суспільства засоби масової комунікації (ЗМК) максимально заповнюють часовий простір нашого повсякденного життя, щодоби навантажуючи свідомість людини “певними образно-смысловими конструктами” [10, 351]. По суті, “всі ми є мішенями для ЗМІ” [2, 40]. Нині медіа наполегливо “домагаються” нас як адресатів повідомлень, нав’язуючи сумнівні цінності суспільству і впливаючи – прямо чи приховано – на величезну аудиторію. З усіх категорій споживачів медіапродукції найуразливішою і найбажанішою мішенню для ЗМІ стають діти, підлітки, молодь.

З огляду на це, необхідними умовами формування вільного громадянина є вміння відсторонюватися, дистанціюватися від ЗМК, критично сприймати їхній контент. Ігноруючи інформацію, яка може завдати шкоди моральному та й фізичному здоров’ю реципієнта, спричинити його невиправдані фінансові витрати (наприклад, внаслідок недоброчесної реклами), водночас слід вміло, ставлячи за мету духовне самовдосконалення, користуватися медіа, а саме – корисним сегментом їхнього змісту: новинами про важливі події (місцеві, регіональні, про життя в Україні й за кордоном); аналітикою; науково-популярними знаннями, які можуть стати в пригоді в подальшому житті. Таким чином, індивід залучається до сприймання й осмислення цінної пізнавальної інформації, наприклад, щодо культурних, наукових здобутків, зразків високого мистецтва, інших актуальних і цікавих повідомлень, носіями яких є мас-медіа.

“Саме готовність особистості щодо споживання певної інформації дозволяє їй фільтрувати загальні смыслові медіапотіки, відбирати потрібне” [10, 352]. Така готовність дає змогу відкидати негативні інформаційні масиви, що культивують насильство, жорстокість, секс, споживацтво, примітивізують людські стосунки, мають ознаки дешевої сенсаційності, безцеремонного втручання в особисте життя. Високорозвинений рівень медіакультури, котра є “важливим фактором впливу на формування психологічних характеристик молоді людини” [10, 349], її внутрішнього світу, кваліфікується вже як медіакомпетентність особистості. Це дає підстави “схарактеризувати засоби масової інформації як невід’ємний компонент формування культури і культурної компетентності” [1, 171]. Саме ЗМК, будучи засобами виробництва культури, значною мірою породили і сформували так звану “масову культуру”, котра оцінюється здебільшого як негативне і неминуче явище.

Автори досліджень із проблем впливу друкованих і електронних ЗМІ на шкільну аудиторію констатують, що діти та підлітки нині витрачають на ознайомлення з творами медіакультури доволі багато часу. Причому вплив ЗМК на школярів, як правило, не корегується – ані батьками, ані вчителями. Частка навчальної інформації, яка передається дітям і підліткам у школі через підручники, посібники, із застосуванням інших традиційних освітніх засобів і методик, стає дедалі меншою в загальному інформаційному потоці – на противагу інформації, що надходить з різноманітних медіаджерел. У зв’язку з цим

навчання дітей і підлітків необхідним знанням і практичним навичкам з метою набуття учнями загальноосвітніх закладів вміння орієнтуватися в сучасних інформаційних потоках, набуває дедалі більшої актуальності. Адже самостійний вибір інформації в дитячому чи підлітковому віці – відповідальний момент у розвитку медіакультури. Непідготовленість дітей і юнацтва до розумного відбору призводить до нерозбірливого й хаотичного поглинання будь-якої інформації через нездатність критичного її оцінювання. Аби мати об'єктивну картину стосовно реального впливу ЗМІ на підростаюче покоління, необхідно усвідомити: з одного боку, яким є спосіб їхнього функціонування, зокрема, серед цієї вікової категорії, а з іншого, – якими є способи сприймання й застосування медіаінформації індивідом. Світовий досвід засвідчує, що без знань про закономірності інформаційного суспільства та механізми впливу мас-медіа на розвиток особистості неможливо побудувати ефективну систему освіти та виховання. ЗМК істотно впливають на формування культури особистості. Медіакультура розглядається як частина загальної культури: в соціальному плані (культура суспільства – медіакультура суспільства) і в особистісному (культура людини – медіакультура людини), коли акцентується на взаємодії особи зі світом медіа. Критеріями медіакультури особистості виступають: 1) контактність – характеризується частотою й тривалістю контактів з медійним середовищем; 2) селективність – планування й вибір інформації; 3) розвиток критичного мислення як “моральний захист” від негативного впливу медіа, фільтрування інформації; 4) етичне ставлення до медіапродукту – формування ціннісних орієнтацій і норм поведінки; 5) творчі комунікативні здібності – практичні навички створення медіапродукту [9, 344–346].

Мета статті – обґрунтувати і довести необхідність вивчення ЗМІ у вітчизняній педагогічній практиці з можливим запровадженням відповідної (окремої) навчальної дисципліни – у школах і гімназіях (починаючи з молодших класів), ліцеях, у тому числі професійних, колежах та інших закладах освіти, ґрунтуючись на досвіді освітньої політики розвинених зарубіжних країн, зокрема, США, Франції, Швеції.

“Засоби масової інформації/комунікації в освітньому просторі присутні досить давно. Та тільки наприкінці минулого століття з'явилися такі поняття... без яких нині важко уявити процес формування особистості. Останнім часом у світовій науковій педагогічній літературі можна зустріти терміни, до складу яких входить слово “медіа”: медіапедагогіка, медіаосвіта, медіапсихологія, медіакритика, медіаграмотність, медіакультура, медіашкола, медіаландшафт, медіаекологія, медіареальність, медіаконвергенція та ін. Слова ці, як і похідні словосполучення (медійна галузь, медійна освіта, медіатизація культури, наприклад), відсутні у сучасних українських словниках. Однак вочевидь, що їхнє тлумачення має безпосереднє відношення до поняття “формування особистості”. Розвиток засобів масової інформації/комунікації та їх залучення до процесу навчання і виховання значно активізували творчий пошук педагогів у багатьох країнах” [5].

Французький дослідник Жак Гоне – засновник і директор Центру зв'язків освіти із засобами інформації (CLEMI) Міністерства освіти Франції (мета цього Центру – поширення знань про ЗМІ та підготовка вчителів до роботи зі ЗМІ в школі) акцентує на необхідності “навчати засобам масової інформації” [2, 16], причому протягом усього життя. “Концепція вивчення мас-медіа впродовж усього життя передбачає усвідомлення ЗМІ кожним з нас як культурної цінності, яку треба захищати, розвивати, критикувати; вона спонукає приділяти максимальну увагу спілкуванню в суспільстві” [2, 95].

Ж. Гоне приділяє значну увагу програмам вивчення медіа, зокрема, в початковій

школі, коледжі, ліцеї, професійному ліцеї, в університеті. Отже, таке навчання мусить вестися ще зі шкільної лави, вже в початкових класах. Взаємодія між ЗМІ й освітою розглядається в цьому контексті як дуже міцна. “Школа і ЗМІ повинні не ігнорувати одне одного, а брати участь у спільному суспільному проєкті... Освітня робота з мас-медіа – далеко не штучні чи екзотичні вправи, це перш за все вимір нашої повсякденної свободи, шанс, наданий нам, щоб впливати і вдмухувати життя в права і закони, що базуються на гуманістичному баченні... Так само, як дитина вчиться читати, писати й рахувати, щоб досягти мінімальної автономії, завтра вона вивчатиме засоби масової інформації, бо вони є джерелом знань, але також і способом маніпулювання (в цьому й полягає неоднозначність впливу медіа. – прим. моя. – В.Г.). Вивчення ЗМІ є “природним” продовженням базових знань” [2, 98–99].

Вживання формули “вивчення ЗМІ” почалось у 60-ті роки ХХ століття в міжнародних колах, зокрема, в ЮНЕСКО, під час обговорення проблем освіти. Виникнення цієї концепції пов’язують з очевидним інформаційним вибухом, який спричинили ЗМІ, зокрема, телебачення. Сутність концепції міститься у визначенні, що було запропоновано 1973 року Міжнародною радою кіно й телебачення (СІСТ): “Під вивченням ЗМІ треба розуміти дослідження, викладання і вивчення сучасних засобів спілкування і висловлення, які належать до специфічної і автономної сфери знань в педагогічній теорії і практиці, на відміну від застосування їх як додаткового засобу при викладанні і вивченні інших галузей знань, таких як математика, природничі науки і географія”. Іншими словами, перш за все під вивченням ЗМІ розуміють розвиток уміння критично сприймати ЗМІ, незалежно від носія (преса, радіо чи телебачення). Мета полягає в тому, щоб полегшити самодистанціювання через розуміння способу функціонування ЗМІ, їх змісту, а також і систем, всередині яких вони розвиваються» [2, 16].

“Навчати засобам масової інформації та комунікації у школі – значить навчати розумінню того, як розпізнати та розуміти реальність, яка створюється засобами масової комунікації, як нею користуватися, яким чином дитині дистанціюватися від неї, вміти захиститися від її тотальності... По-друге, відповідно усі ми стаємо учнями засобів масової комунікації, які перебудовуються та змінюються не просто на наших очах, а крізь наше тіло, бо активно розвиваються не тільки класична преса, радіо та телебачення, а й одвічно неklasичні засоби: Інтернет, інтерактивне телебачення, віртуальна реальність тощо” [11, 84].

Тобто за доби інформаційного суспільства ЗМК самі активно й нав’язливо “вчителюють”. Причому діти та юнацтво часто виявляються незахищеними і нездатними самостійно встояти перед медійними “психічними атаками”, внаслідок чого виникає потреба в “інформаційних протигазах”. Аби вижити в агресивному інформсередовищі, в США, наприклад, “дітей вчать більш критично сприймати медіа, бачити комерційні мотиви позаду насильницьких чи порнографічних сюжетів, аналізувати і подумки деконструювати екранний чи друкований продукт. Цілі серії спеціальних відеофільмів, тренінгів і програм розроблено західними центрами медіа-грамотності для того, щоб прищепити юному поколінню “інформаційний імунітет” [6]. В Україні відома Програма з медіаосвіти – проєкт Інституту медіаекології Львівського національного університету ім. І. Франка, здійснений на базі львівської СШ №77 (впорядкувала О. Дідчук).

У деяких європейських країнах шкільний підручник, який вважається засобом масової інформації №1 у школі, уособленням легітимності знань, поступається місцем

періодиці. Дискутується питання, чи не варто було б краще вчити читати за допомогою преси, адже остання “пробуджує цікавість, надає цілу палітру практичних можливостей та ігрових елементів. В Швеції, зокрема, де вже не вчать читати за підручниками, оцінювання показують переваги навчання, яке базується на знайомстві з письмом і його знаковим кодом за пресою” [2, 29]. Але визначатися з засобами навчання, вибирати найефективніші з них має все ж таки викладач.

Для вищезгаданої скандинавської країни характерним є надто тісний взаємозв'язок художньої літератури, в т.ч. для дітей та юнацтва, з періодикою. Значні літературні явища знаходять там миттєвий відгук у газетах і журналах, твори масово рецензуються в ЗМІ. Найбільш важливі журналістські матеріали, літературно-критичні статті, дебати в пресі в свою чергу традиційно видаються в книжковій формі. В Швеції журналізм йде “в авангарді”, попереду літератури, визначаючи шляхи її розвитку за допомогою літературної критики. Взагалі література, літературно-художня критика та журналізм утворюють там своєрідну цілісну тріаду. “Велика” журналістика в Швеції спричинила вплив і на літературу загалом, і на характер дитячих періодичних видань. Так, ілюстрована журналістика вплинула на книжку-картинку для малюків, зробивши її такою, якою вона є в тій країні дотепер: яскравою, демократичною, злободенною, недорогою. Для дітей, а також для дорослих, там виходять книги “полегшеного читання” [4].

Мінімізувати негативний вплив медіа на дітей і підлітків має насамперед якісна дитяча періодика, розрахована на цю вікову аудиторію. “Дитяча преса виконує, перш за все, функції популяризації пізнавальних та педагогічних ідей. Зміст дитячих часописів має розповідати читачам про нове в житті людей та навколишньому світі, відкриття науки і техніки. При цьому всі матеріали, вміщені в дитячій пресі, мають не суперечити морально-етичним нормам суспільства, більше того, вони мають пропагувати усталені цінності народу... Закономірно, що світ української дитячої преси збільшується. Попри всі економічні, духовні, видавничі негаразди, нині видається більше 50 видів дитячих журналів та газет всеукраїнського рівня, треба зазначити, що майже всі ці видання мають електронні примірники в мережі Інтернет. Тематична різнобарвність і поліграфічна якість дитячих видань, яскравість та виразність художнього оформлення приваблюють малих читачів” [3, 61–62].

Видавці таких ЗМІ повинні пам'ятати, що дитинство – це період життя, від якого великою мірою залежить подальша доля людини; це той час, коли формується особистість, закладаються основи її майбутнього. При створенні видання для дітей слід враховувати специфіку їхніх інтересів, а також вплив зовнішніх умов і обставин на розвиток дитини. Вже у дитинстві людина тісно пов'язана з текстом. Спілкування дітей один з одним, з дорослими здійснюється саме за допомогою текстів. Багато явищ дитина пізнає не з власного досвіду, а з пояснень інших людей, текстової інформації. Наскільки буде органічним, достовірним і природним дитяче сприймання друкованого видання, залежить від ступеня зацікавленості дитини змістом цього видання [8, 258–260].

Загалом ЗМІ стають стихією, котра, як і будь-яка інша стихія, має величезну руйнівну силу і є непередбаченою для світу. Їхній зміст таїть небезпеку, передусім, для юної душі й психіки. Хаотичний розвиток медіа “призводить до хаотизації людини, яка невблаганно перетворюється з індивіда на дивіда (Ж. Дерріда)” [11, 84]. Залежність від споживання недоброякісних медіапродуктів знищує індивідуальність, що може статися і в дитячому віці. Ідол у особі сучасних мас-медіа щодня пожирає дорогоцінні години життя

юного покоління. Ми очікуємо, що ЗМІ нам все розкажуть і покажуть, не помічаючи, що вони поступово знищують наше власне “Я”, особистісний погляд на найважливіші в житті речі. Соціум перетворюється на охлос (натовп), котрий нездатний до самоврядування, саморганізації. Такими людьми владі, будь-кому керувати набагато легше й зручніше – через ті ж ЗМІ. Про формування громадянського суспільства і демократію в цьому випадку не може йти мови.

“Проте якщо не вдається переробити пресу, то треба змінити її аудиторію. Саме такий підхід і застосовує медіаосвіта з її намаганням прищепити “психологічний імунітет” до патогенного впливу медіа, який пов’язують з надміром реклами, пропагандою і фальсифікацією, екранним насильством і порнографією” [7]. Професор Борис Потятинник [7] (Львів) подає основні складники медіаосвіти як комплекс із чотирьох взаємозв’язаних елементів:

1. Медіафілософія (у США та Великобританії – Philosophy of Mass Communication, Media Philosophy, Media Ecology, у Німеччині – Medienphilosophie).

2. Масове оволодіння сучасними комунікаційними технологіями, включно із створенням власних Інтернет-ресурсів для індивідуального чи корпоративного самовираження, громадських, наукових чи мистецьких цілей.

3. Вироблення “психологічного імунітету” до потенційно негативного впливу сучасних медіа (у Західній Європі та Північній Америці для означення цього напрямку також застосовують поняття “медіаграмотність” (“media literacy”).

4. Медіа-критика (media criticism).

“Отже, медіа-освіту можна розглядати як інструкцію з користування медіа для широкого загалу... Така схема є нетиповою для Західної Європи чи Північної Америки, де всі згадані елементи діють радше окремо один від одного. І ця розрізненість не завжди йде на користь загальній справі. Проте для України, яка намагається переосмислити й засвоїти їхній досвід, природним є намагання інтегрувати розрізнені зусилля в єдине ціле” [7].

Висновки. За доби інформаційного суспільства, потужного розвитку комунікаційних технологій обсяг інформації, що припадає “на душу населення”, в тому числі дитину чи підлітка, стрімко зростає. Запровадження в педагогічну практику вітчизняних загальноосвітніх закладів концепції “Вивчення ЗМІ в школі”, що набула поширення в світі, є нагальною необхідністю, котра дедалі більш усвідомлюється широким загалом – батьками, вчителями, самими учнями. Медіаосвіта, яке передбачає розвиток критичного мислення школярів з метою адекватного сприймання ними масової інформації, в підсумку сприятиме зменшенню маніпулятивного впливу сучасних ЗМІ на свідомість і поведінку дітей та юнацтва.

Аби запобігти негативному впливу медіа на зазначену вікову категорію, доцільно популярно пояснити учням, що являють собою сучасні ЗМІ, як діти і підлітки можуть використовувати їх як цінне джерело інформації для одержання нових знань, підвищення свого освітньо-культурного рівня, з метою духовного самовдосконалення, якою є практична значущість реклами в ЗМІ, чому без неї не можуть обійтися сучасні медіа і чи завжди слід сприймати рекламну інформацію як правдиву. Дітей слід підготувати до того, що матеріальні цінності, звеличувані в пресі та інших ЗМІ, зокрема, в рекламних текстах, можна поставити під сумнів, і такі вартості зовсім не є тим, без чого не можна жити. Школа мусить організувати відверті інтерактивні дискусії за участю дітей і дорослих (вчителів,

батьків, психологів, правоохоронців, представників владних структур, духовенства, ЗМІ) щодо тем, які активно мусують і пропонують для обговорення сучасні мас-медіа. В системі освіти слід розробляти педагогічні програми з метою розвитку критичного мислення дітей як активних споживачів масової інформації. Проблема однак ускладнюється тим, що багато дорослих (вчителя, батьки та ін.), які повинні провадити виховну роботу з дітьми і пояснювати їм користь і шкоду сучасної інформпродукції, теж цілком занурені в ірреальний світ сучасних ЗМК. Отже, проблема в тім, хто буде повчати розумному, доброму, вічному в умовах тотальної залежності суспільства від медіавпливів.

Література

1. Архипенко Л.М. ЗМІ як компонент культури і культурної компетентності // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия "Филология. Социальная коммуникация". – Т.21 (60). – №1. – С. 171–175.
2. Гоне Ж. Освіта і засоби масової інформації / Перекл. з франц. М. Марченко. – К.: Вид-во "К.І.С.", 2002. – 100 с.
3. Кочегарова О.В. Дитячі видання в медіапросторі України // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия "Филология. Социальная коммуникация". – Т.21 (60). – №1. – С. 61–64.
4. Новицкая И.Я. Шведская литературная критика и журналистика о становлении детской и юношеской литературы Швеции: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук. – М.: МГУ, 2008 // Медиаскоп // <http://www.mediascope.ru/node/60>.
5. Онкович Г.В. Медіапедагогіка та її складові як чинники формування особистості // Актуальні проблеми формування особистості лікаря у студентів-медиків: Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 26 березня 2007 р. / Під ред. В.І. Первака. – К.: МІ УАНМ, 2008. – С. 121–123. // <http://edu.of.ru/attach/17/24641.doc/>.
6. Потятинник Б. Інформаційні "протигази" медіа-грамотності замість придатного для життя медіа-довкілля // <http://www.mediaeco.franko.lviv.ua/>.
7. Потятинник Б. Медіа-освіта: журналістика для всіх // <http://www.mediaeco.franko.lviv.ua/>.
8. Редакторская подготовка изданий: Учебник / Под ред. С.Г. Антоновой. – М.: Логос, 2004. – 496 с.
9. Стерденко С.М. Роль семьи в формировании медиакультуры подростков // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия "Филология. Социальная коммуникация". – Т.21 (60). – №1. – С. 344–348.
10. Череповська Н.І. Психологічний аспект відеокультури в умовах медіа-інформаційного простору // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия "Филология. Социальная коммуникация". – Т.21 (60). – №1. – С. 349–353.
11. Шестакова Е.Г. До проблеми панівного "вчителювання" засобів масової комунікації в епоху аудіовізуальної культури // Журналістика-2004 у світлі підготовки журналістських кадрів: Тези наук.-практ. конф. / Ін-т жур-ки КНУ імені Тараса Шевченка, 27-28 травня 2004 р. – С. 83–85.

Анотація

У статті аналізуються методи формування критичного мислення у дітей та юнацтва в процесі сприймання масовоінформаційної продукції, а також основні завдання й напрями медіаосвіти.

Ключові слова: медіаосвіта, медіакультура, засоби масової інформації (комунікації), вивчення ЗМІ.

Аннотация

В статье анализируются методы формирования критического мышления у детей и юношества в процессе восприятия массово-информационной продукции, а также основные задачи и направления медиаобразования.

Ключевые слова: медиаобразование, медиакультура, средства массовой информации (коммуникации), изучение СМИ.

Summary

Methods of the shaping the critical thinking of children and youth at perception mass media product, as well as main problems and directions media education are analyzed in the article.

Keywords: media education, media culture, mass-media, study of the media.