

УДК 378:070

МЕДІА ЯК ОДИН ІЗ БАЗОВИХ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА ЦІННІСНУ ОСНОВУ ПОЛЬСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Л. Р. Пелех

Національний університет водного господарства та природокористування

вул. Соборна, 11, Рівне, 33028, Україна. E-mail: mail@nuwm.edu.ua

Розглянуто питання ролі медіа як базового чинника впливу на ціннісну основу польського суспільства. Детерміновано поняття медійної педагогіки, акцентовано її місце та значення в загальному освітньому просторі. Визначено особливості формування медійної грамотності польської молоді та наголошено на її нівелюванні в українській освіті.

Ключові слова: медійна педагогіка, цінності, медіа-грамотність, медіа-компетентність.

АКТУАЛЬНІСТЬ. Папа Римський Іоан Павло II зазначав, що медіа для багатьох – це найважливіший інформаційний засіб, наставник і натхненник, що регламентує поведінку й окремої людини, і сім'ї та суспільства загалом [1, 2]. Вплив соціальних медіа на сучасне суспільство і конкретну людину настільки виразний, що доцільно диференціювати їхню або творчу, або деструктивну роль (в останній криється особлива небезпека з освітньої точки зору, на що зобов'язана реагувати освітня система будь-якої країни). Утім, позитивну роль медіа слід убачати в тому, що вони уможливають поширення універсальних цінностей та етичних норм.

У сучасному світі людина перебуває у віртуальній реальності або штучному медійному середовищі. Тобто йдеться не лише про всезагальну комп'ютеризацію та поширення інтернету, а й про створення за допомогою електронних медіа, а також телебачення, своєрідного життєвого простору. Польські науковці стверджують, що все менше поляків контактує із друкованим словом або паперовими носіями інформації, надаючи перевагу електронним засобам. Утім, така ситуація притаманна не лише Польщі, а й багатьом країнам, серед яких Україна. Саме в цьому і полягає актуальність нашого дослідження, враховуючи проблеми сьогодення України. Польща як одна з найближчих до нас європейських держав вже має вагомий досвід впровадження медійної освіти. У ситуації зміни засобами масової інформації статусу із засобу трансляції інформації на повноправного учасника процесу комунікації постає необхідність нового означення галузі дотичної до таких трьох вимірів, як “медіа – виховання – процес навчання”.

МАТЕРІАЛ І РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ. Термін “медіа-педагогіки” ввів до наукового обігу на початку 80-х рр. ХХ ст. Людвік Бандура (L. Bandura). Науковець, керуючись постулатами німецької педагогічної думки, вважав, що медіа-педагогіка – це наукова субдисципліна, об'єктом дослідження яких є мас-медіа, зокрема й технічні засоби [1]. Вчений звертав увагу на те, що медіа-педагогіка як соціальна наука пов'язана з теорією комунікації. Розширенням педагогічного простору займалися також інші дослідники, серед яких – Генрик Депте (1986), Станіслав Дилак (1995), Януш Гайде (1987), Станіслав Ющик (1997), Яніна Коб-

левська (1967), Броніслав Семенецький (1991), Мацей Танас (1997), Кажімеж Венге (1997), Владислав Зачинський (1990) та ін.

У контексті формулювання 1997 року мети медіа-педагогіки В. Стриковський (W. Strykowski) підкреслював, що йдеться про пошук основних, спільних, емпірично підтверджених механізмів отримання і впливу медіа [9]. Медіа-виховання, на думку польських учених, – це галузь педагогіки, яка зорієнтована на формування в соціумі медіа-культури, підготовку людини до комплексної й ефективної взаємодії із сучасною системою ЗМІ і традиційних, і найновітніших (інтернет, мобільна телефонія), беручи до уваги розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

Професор Б. Семенецький (B. Siemienieski) у своїй праці аналізує рівні медіа-педагогіки: *загальна медіа-педагогіка* (яка охоплює медіа в соціальній комунікації, проблеми соціальної природи засобів масової інформації, вплив спілкування в суспільстві, інститути ЗМІ та механізми визначення їхньої програми, поняття медіа-спільнот і їхній вплив на освітні системи, системи виховання та засоби масової інформації); *медіа-освіта* (яка займається навчально-виховним процесом в усіх формах навчання, післядипломної освіти та самоосвіти, методологією медіа-освіти, а також інформаційним навчанням, технологією освіти); *інформаційні технології* (предмет дослідження яких – проблеми, пов'язані з технологічним аспектом засобів масової інформації та їхнім використанням у щоденному житті); *комп'ютер у спеціальній освіті*; *медіа у світі людини* (цей рівень медіа-педагогіки передбачає обґрунтування біологічних, соціологічних, культурних і цивілізаційних детермінант застосування засобів масової інформації у навчанні людини) [6]. Загалом підґрунтям медіа-виховання виступають актуальні медіа-потреби споживачів, розмежовані за віковими, індивідуальними та соціально-психологічними особливостями, які залежать від рівня сформованості медіа-культури кожної людини та навколишнього соціального середовища.

У Польщі медіа-педагогіку потрактовують одночасно як науку про виховання та як практику цього виховання, що охоплює трансляцію культурних цінностей, освіту та навчальний процес. Тож сферою зацікавлення медіа-педагогіки є дослідження

питань, пов'язаних із вихованням за допомогою засобів масової інформації (наприклад, створенням освітніх програм, науково-популярної літератури), дидактикою ЗМІ (залучення засобів масової інформації як допоміжного засобу викладання та навчання) та навчанням належного використання засобів масової інформації.

Пріоритетне завдання медіа-виховання полягає у збереженні суспільної моралі та людської гідності, боротьбі із виявами жорстокості, насильства та нетолерантності, формуванні позитивних загальнолюдських цінностей [4]. *Предметом дослідження медіа-педагогіки* є: комплексний аналіз властивостей і можливостей різних видів засобів масової інформації; визначення їхньої виховної функції; дослідження та пояснення механізмів навчання за допомогою засобів масової інформації; вивчення ефективності та впливу засобів масової інформації на емоції, переконання і цінності, передусім дітей і молоді; моделювання медіа-повідомлень, які мають навчальний і виховний характер; розроблення методики використання засобів масової інформації в освіті, вихованні дітей, самонавчанні, дистанційному навчанні та одночасному навчанні.

До найважливіших завдань цієї відносно нової субдисципліни належать вироблення навичок селективного та глибокого відбору медіа, а також свідомо, творча та відповідальна участь у медіа-просторі. У площині відповідального та творчого підходу до медіа-освіти функціонує ще одне поняття – “медіа-грамотність”. Для розкриття змісту поняття “медіа-грамотність”, Європейська хартія розмежує сім сфер знань, пов'язаних із формуванням та розвитком медіа-компетентності:

- доцільне й ефективне використання різноманітних методик і технологій з метою оцінювання, збереження, виправлення та поширення інформації для задоволення потреб людини та соціуму;

- діяльність, що передбачає отримання доступу до найрізноманітніших форм і форматів медіа, а також медіа-контенту, отриманого з різних джерел, що забезпечуватиме загальне бачення проблеми та сприятиме усвідомленому прийнятті рішень;

- знання про медіа-контент: сутність медіа-контенту; шляхи та засоби його створення; інструменти, необхідні для його утворення; цільова аудиторія певного виду контенту; мета та призначення різних видів контенту;

- системний аналіз вербальних технологій, якими послуговуються засоби масової інформації, й усвідомлення змісту, ними “насадженого” за допомогою окремих технік;

- креативне застосування ЗМІ як інструменту для виявлення власного “я”, донесення і, можливо, навіть нав'язування ідей, поглядів та інформації;

- визначення, пошук і запобігання негативному контенту ЗМІ та послугам, що є образливими або шкідливими для людини чи суспільства;

- широкомасштабне, системне та дієве оперування ЗМІ для формування та розбудови демократи-

чних інституцій і прав людини, громадської відповідальності та свободи [5].

Загалом площина медіа-грамотності в Польщі окреслена наданням своїм громадянам та європейській спільноті можливості краще розуміти й аналізувати медіа-контент, із яким вони стикаються щодня, а також сформувати навички для адекватного використання їхніх демократичних прав і свобод. Медіа-грамотність пов'язана також із забезпеченням захисту плюралізму та незалежності засобів масової інформації, що означає можливість висловлювати різні думки і представляти різні групи в суспільстві, сприяти розвитку таких цінностей, як терпимість і діалог.

Слід ще раз наголосити на тому, що засоби масової інформації мають значний вплив на особистість. Так, польський учений Л. Вихованець (Ł. Wychowaniec) схарактеризовує чотири тенденції змін особистості людини під впливом засобів масової інформації. Перша група змін – це нівелювання певних поглядів і думок. Друга група змін – це формування нових теорій і концепцій. Третя – зміцнення традиційних парадигм і поглядів. Четверта, навпаки, – розхитування панівних на цьому етапі розвитку суспільства норм і поглядів [10].

У польській науковій думці розмежовують три типи впливу ЗМІ на людину: 1) прямий – це вплив, наслідки якого спостережувані здебільшого в дітей безпосередньо після перегляду телевізійної програми у формі виявів емоцій, особливо позначається на інтелекті дитини; 2) кумулятивний – це вплив, віддалений у часі (дія медіа, спочатку нібито неочевидна, надалі може призводити до змін у психіці реципієнта); 3) підсвідомий [7].

Польський науковець Яніна Коблевська (Koblewska J.) запропонувала концепцію власного бачення видів впливу медіа на реципієнта, що ґрунтується на виокремленні й аналізі так званого “зовнішнього” впливу, пов'язаного із тенденцією до наслідування та помітного під час навчання певному стилю поведінки, простежуваного в одязі або бутті [3]. В умовах інформаційної війни, що неофіційно проголошена Україні зі сторони Російської Федерації, видається надзвичайно важливим формування медійної грамотності та медійної поведінки української молоді, яке мало б починатися у стінах навчальних закладів та входити до головних освітніх завдань. Вважаємо, що на сучасному етапі суспільно-економічних, політичних та освітніх змін в Україні проблема впливу медіа на формування ціннісних основ суспільства є надзвичайно важливою й актуальною щодо вирішення на законодавчому рівні таких її аспектів, як реальне практичне втілення в освітній простір медіа-освіти та медіа-виховання, розроблення методологічних основ останніх на українському підґрунті.

Для сучасного європейського суспільства притаманне формування тенденції до розвитку засобів масової інформації (ЗМІ) як оптимального й об'єктивного джерела інформації. Сучасні ЗМІ, які

досягли найбільшого розвитку (преса, кінематограф, телебачення, веб-ресурси), й у ресурсному, й у жанровому сенсі є продуктом або ідеологічним, або комерційним, залежно від кінцевої мети (заклик до громадянської / споживчої активності), і здебільшого призводять до формування ментальності та самосвідомості на тлі неможливості до кінця простежити їхню достовірність як джерел. Також окреслюється проблема культурно-етичного рівня ЗМІ (використання нецензурної лексики, манери поведінки та спілкування), що в контексті молодіжного середовища загрозна з огляду на пропагування медіа як “зразка поведінки” негативних моделей останньої (причина неадекватної поведінки підлітків, виникнення ненависті до морально-суспільних цінностей тощо). Польські дослідники справедливо вказують, що розвиток польських ЗМІ позначений наявністю таких проблем як недостовірність (або очевидне перекручування) реальних фактів; ідеологізація/комерціалізація ЗМІ; низький культурно-етичний рівень ЗМІ; недостатній рівень контролю ЗМІ державою.

Не можемо оминати такої актуальної медійної теми в Польщі, як Інтернет, що належить до найсучасніших і найпоширеніших інформаційних, комунікаційних, а відтак освітніх медіа. Глобальна мережа – це середовище праці та розваг сучасної людини, що проживає у розвинених країнах. Попри те, що Інтернет, безсумнівно, постає одним із найважливіших цивілізаційних і культурних досягнень останніх років, для служіння цього витвору цивілізації на благо людини, він повинен мати культурну та гуманістичну основу.

Саме Інтернет спонукає до вирішення таких нагальних проблем в освітньому просторі, як формування медіа-компетентностей та медіа-грамотності. Для цього покликані і предмети, що викладаються в навчальних закладах Польщі: “Інформатика”, “Інформаційна культура”, “Медійна освіта” та ін. Загалом упродовж останніх років у Польщі проблему сформованості медіа-компетентності, особливо учителів / викладачів, розглядають багато дослідників. Так, професор К. Столл (С. Stoll) уводить медіа-компетентність сучасного педагога у модель його розвитку. До медійних компетентностей учений зараховує: уміння використовувати медіа в освітньому процесі (вибір, аналіз, оцінювання, дидактика та технологія медіа-освіти); зрозумілість медіа-освітніх цілей, їхня відповідність провідним педагогічним ідеям та актуальній медійній техніці; від-

повідність вимог професійної підготовки (особистих та інституційних) освітній системі та власній медіа компетентності [8].

ВИСНОВКИ Оскільки на сучасному етапі розвитку цивілізації значення медіа для формування ціннісних основ будь-якого суспільства видається неzapеречним, а, за результатами досліджень науковців, для інтенсифікації медіа-освіти необхідна консолідація всіх освітніх і медіа-педагогічних організацій, усього медійного співтовариства, саме комплекс шкільної та сімейної медіа-освіти відзначається потенціалом щодо ефективної підготовки молодих людей до соціально відповідального, критичного, творчого спілкування з медіа, виховання в них медійної грамотності та медійної відповідальності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Bandura L. *Pedagogika medialna* // *Ruch Pedagogiczny*, 1983. – № 3–4.
2. Jan Paweł II. *Encyklika Redemptoris missio. O stałej aktualności posłania misyjnego* [Електронний ресурс]. – 1990. – Режим доступу: http://www.opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/encykliki/r_missio_1.html#m4.
3. Koblewska J. *Środki masowego oddziaływania: problemy społeczne, wychowawcze i propagandowe* / J. Koblewska. – Warszawa: Instytut Wydawniczy CRZZ (Centralnej Rady Związków Zawodowych), 1972. – 300 s.
4. Lepa A. *Pedagogika massmediów*. – Łódź: Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, 1998. – 125 s.
5. Olearczyk T. *Sieroctwo i osamotnienie. Pedagogiczne problemy kryzysu współczesnej rodziny* // Teresa Ewa Olearczyk. – Kraków: Wydaw. WAM, 2007. – 292 s.
6. Siemieniecki B. *Pedagogika medialna: podręcznik akademicki*. – Warszawa: PWN, 2007. – 337 s.
7. Sitarczyk M. *Bohaterowie telewizyjni w perspektywie dzieci sześcioletnich. Kontekst emocjonalny i społeczny // Rozwój i edukacja dziecka: szanse i zagrożenia*. – Bydgoszcz, 2005. – S. 355–358.
8. Stoll C. *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*. – Poznań: Dom Wydawniczy REBIS, 2000. – 278 s.
9. Strykowski W. *Media w edukacji: Od nowych technik nauczania do pedagogiki i edukacji // Media a edukacja*. – Poznań, 1997. – S. 17–19.
10. Wychowaniec Ł. *Wpływ mediów na odbiorców // Wychowawca*. – 2012. – № 6.

MEDIA AS ONE OF THE MAIN FACTORS OF INFLUENCE ON THE POLISH SOCIETY VALUE BASIS

L. Pelekh

National University of Water Management and Nature Resources Use
Svoboda str., 11, Rivne, 33028, Ukraine. E-mail: mail@nuwm.edu.ua

The article deals with the problem of media as one of the main factor of influence on the Polish society value basis.

Media Pedagogy concept has been determined in the article and its role in the general educational space has also been accentuated. The peculiarities of Polish youth's media literacy formation and its neglecting in Ukrainian education have been considered.

Key words: Media Pedagogy, values, media literacy, media competence.

Пелех Людмила Романівна,

д. пед. н., доцент, професор кафедри іноземних мов,

Національний університет водного господарства та природокористування,

вул. Свободи, 11, Рівне, 33028, Україна

Тел.: +38(097) 113-36-38

E-mail: lpelekh@ukr.net



Pelekh Liudmyla Romanivna,

Doctor of Pedagogic Sciences, Assoc. Prof.,
Professor at the Department of Foreign Languages,

National University of Water Management
and Nature Resources Use,

vul. Svobody, 11, Rivne, 33028, Ukraine

Tel.: +38(097) 113-36-38

E-mail: lpelekh@ukr.net