

УДК 370.1 + 370.17 + 370.182.6

Т. Г. Жаровцева

ФОРМУВАННЯ МЕДІА-КУЛЬТУРИ БАТЬКІВ ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-ВИХОВНОГО ПРОСТОРУ

Визнаючи важливу роль засобів масової інформації в процесі освіти підростаючого покоління, необхідно системно вибудовувати відносини юних споживачів інформації з ресурсами мережі Інтернет. Сьогодні медіа один з основних чинників соціалізації молодого покоління. Об'єкт впливу потоку повідомлень не стільки окремий індивід, скільки свідомість і поведінка людей, що складають аудиторію того чи іншого конкретного засобу масової комунікації. Відомо, що первинне ставлення до недійних носіїв відбувається у сім'ї. Саме тому освітченість батьків з боку входження дітей в інформаційний простір суспільства є важливим чинником їх соціалізації.

За останні роки було проведено чимало досліджень, які торкаються проблеми впливу медіа на дитячу аудиторію (Л. Зазнобіна, А. Новикова, Н. Рижих, А. Федоров та ін.) Автори в цілому сходяться на думці, що поряд з музикою і спортом спілкування з творами медіакультури у дітей знаходиться на одному з перших місць. При цьому медіакультура (наприклад, телепередачі та екранні тексти Інтернету) органічно увібрала в себе риси літератури, театру, музики, образотворчого мистецтва.

Медіа-освіта відповідає потребам сучасної педагогіки у розвитку особистості, поширює спектр методів і форм проведення занять з дітьми. А комплексне вивчення телебачення, відео, Інтернету, віртуального світу комп'ютера, які синтезують риси практично всіх традиційних мистецтв, допомагає виправити суттєві недоліки традиційної освіти з урахуванням сучасних потреб суспільства.

Сьогодні дослідники відзначають виникнення конфліктів нового типу між сферою особистого життя і діяльністю. Мова йде про те, що робота активно втручається у сімейний простір, викликає „розмивання меж між ними”. Через постійне використання вдома мобільних телефонів, факсів, електронної пошти та Інтернету в службових цілях дім перетворюється на „домашній офіс”. На сімейне дозвілля, яке так необхідно дитині, практично не залишається у батьків часу. У зв'язку з цим виник термін „тейлорізація сімейного життя”, тобто приватне життя людини у все більшій мірі піддається „контролю і експлуатації”. Безсумнівно, це несе загрозу сімейним цінностям виховання. У дорослих стає все менше часу на спільну діяльність з дітьми, спілкування батьків з дітьми, рідними та близькими. Все частіше виникають конфлікти, що призводять до стресів і навіть до прояву жорстокості в сімейних відносинах. Все це, звичайно, не кращим чином позначається на

вихованні дитини, у якої формується негативний образ сім'ї з відповідними наслідками.

Великі надії покладаються на діяльність ЗМІ, видання книг, наочних посібників, створення проектів в мережі Інтернет за тематикою зміцнення сім'ї. Очевидно, що для відновлення престижу сім'ї недостатньо апеляції до традиційних цінностей. Необхідно використовувати ті можливості, які відкриває розвиток інформаційних технологій. Показово, що в Інтернеті вже з'явилися портали, присвячені питанням виховання дітей, де батьки в режимі online можуть обмінюватися досвідом, практичними порадами.

Методика медіа-освіти дошкільної аудиторії базується на реалізації різноманітних творчих та ігрових завдань. Теоретичний аналіз їх елементів, розробка і застосування їх у практиці навчання дозволяють виділити такі основні функції: навчальні, адаптаційні, розвивальні та керуючі. При цьому під навчальною функцією розуміється засвоєння знань про теорії й закони, прийоми сприйняття й аналізу медіа-текстів, здатність застосовувати ці знання в інших ситуаціях, міркувати логічно; адаптаційна функція виявляється в первісному, понятійному етапі спілкування з медіа-культури; під розвиваючої функцією мається на увазі розвиток мотиваційних (компенсаторних, терапевтичних, рекреативних), вольових та інших властивостей і якостей особистості, досвіду творчого контакту з медіа; завдання керуючої функції – формування найкращих умов для аналізу медіа-текстів.

Таким чином, розвиток дитячої аудиторії по відношенню до основ медіа-культури можна визначити за допомогою таких показників (критеріїв):

- „понятійного” (знання основ медіа-культури, конкретних медіа-форматів);
- „сенсорного” (частота спілкування з медіа-інформацією);
- „мотиваційного” (емоційні, естетичні мотиви контакту з медіа-культурою);
- „оцінного” (рівень сприйняття, здатність до аудіовізуального мислення);
- „креативного” (рівень творчого начала в різних аспектах діяльності, перш за все в перцептивної, художньої, ігрової).

Особливості сприйняття й освоєння дітьми інформації залежать від того середовища, того кола спілкування і того соціально-культурного та духовного контексту, де відбувається взаємодія з інформаційним каналом.

Сімейна атмосфера визначає емоційний настрій і впливає на формування ставлення до одержуваної інформації. І. Кон пише, що практично немає жодного соціального чи психологічного аспекту поведінки дітей, який не залежав від їхніх сімейних умов у сьогоденні або майбутньому [3, с. 198].

Сприйняття медіа-продукту дітьми в процесі спільного перегляду позитивно впливає на формування когнітивних структур, коли його обговорюють з дорослими: так, 11,6% сімей регулярно влаштовують спільні телеперегляди, 70,3% дітей іноді дивляться з батьками телепередачі, 18,1% дітей залишаються наодинці з телевізором. Батькам необхідно під час спільного перегляду або після нього аналізувати медіа-тексти разом з дітьми. У 61,4% батьків лише іноді виходить обговорити переглянуті телепрограми зі своїми дітьми. Самостійний добір інформації в цьому віці – відповідальний момент у розвитку медіа-культури. Непідготовленість до розумного відбору виявляється повною „всеїдності”. Зловживання переглядом телепрограм таїть у собі соціальну небезпеку, яка полягає в двох моментах. По-перше, пасивне проведення часу перед телевізором завдає шкоди всім іншим видам культурної діяльності, активним її формам, є найважливішими чинниками розвитку особистості. По-друге, „телевізійна всеїдність” девальвує зміст самих передач: все сприймається на досить схожому, поверхневому і зниженому рівні.

Досить суперечливою виявилася ситуація з поінформованістю батьків про те, що дивляться діти: так, наприклад, 23,9% опитаних батьків стверджували, що володіють інформацією, 35,4% знають мало або нічого не знають. Що стосується дітей, то з’ясувалося, що лише 9,6% батьків контролюють своїх дітей біля екранів телевізора, 44,5% батьків знаходяться в повному невіданні.

В результаті найважливіший період становлення особистості людини залишається без впливу з боку дорослих, особливо з боку близького оточення дітей. У батьків інша думка з цього питання: 38,6% вважають, що вони активно прищеплюють своїм дітям виборче відношення до медіа-продукту.

З одного боку, сьогодні не існує покоління дорослих, яких би навчали медіа-культури. З іншого – в інформаційних технологіях так швидко відбуваються зміни, з якими легше справляються діти, ніж їхні батьки. Таким чином, розвиток мультимедійних засобів може призвести до появи проблеми: до „розриву поколінь” – дітей, які легко управляються з Інтернетом і комп’ютером, та їх батьків, які ними не достатньо користуються.

Безумовно, вмінням роботи з інформацією необхідно привчати у родині, і це повинно бути регулярно. Це буде сприяти не тільки інтелектуальному розвитку особистості, але і зменшить негативний вплив на неповнолітню аудиторію. На жаль, сучасна ситуація така, що, з одного боку, батьки вважають: медіа-освіти повинні займатися навчальні заклади. З іншого – педагоги продовжують працювати за традиційною системою, не враховуючи потреби сучасного суспільства у формуванні критичного мислення дітей.

У цьому зв’язку набуває значення підвищення рівня медіа-грамотності педагогів і медіа-освіти батьків. Розвиток медіа-культури

пов'язано з розвитком медіа-компетентності батьків. Медіа-культура взагалі визначається як сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому.

Сьогодні ми можемо говорити про виникнення феномену „нового батьківства” в сучасному суспільстві. Процес трансформації батьківського самосвідомості знаходиться в руслі тенденцій, характерних для країн Заходу. Сучасне або нове батьківство отримало свій розвиток завдяки новим інформаційним технологіям (насамперед, Інтернету). Деякі фахівці розглядають нове батьківство як паростки нового соціального руху, орієнтованого на позитивні цілі.

З розвитком Інтернету інформаційні ресурси, адресовані батькам, стають важливим джерелом інформації щодо багатьох аспектів повсякденного життя, споживання, виховання та догляду за дітьми. Ці ресурси досить різноманітні і в загальному вигляді можуть бути розділені на два типи. По-перше, інформаційні ресурси, покликані сприяти батьківської соціалізації і мають інформацію не тільки про товари, послуги, а й пропонують знання про дитячої психології, дитячо-батьківських відносинах, вихованні. По-друге, форуми та віртуальні спільноти батьків, засновані на спільних інтересах, де батьки мають можливість обговорити різні проблеми, з якими вони стикаються.

Найбільш інтенсивно в блогах та інтернет-форумах йдуть обговорення вибору школи, проблем домашнього навчання, висловлюється ставлення до підручників та освітнім програмам. Відмінною рисою взаємодії батьків стає поширення інформаційного поля, в якому батьки не тільки полемізують один з одним, але й надають матеріальну допомогу і емоційну підтримку таким же, як вони самі, минаючи допомогу держави.

Сьогодні відбувається переосмислення цінностей батьківства, зростання батьківської співпричетності до процесу соціалізації дитини. Вперше і найбільш чітко цю думку сформулював Е. Гідденс, який говорив, що із зникненням традиційної сім'ї трансформується батьківське самосвідомість, яке „слід розглядати ... з набагато більш високими вимогами, що пред'являються до турботи про дітей і їх захисту”. Він пише про „демократію почуттів у повсякденному житті”, повазі до особистості дитини, відмови від насильства та сваволі у ставленні до дітей [1].

У роботах фамілістів з'явився новий термін – „громадянська батьківська свідомість”. Розуміння і усвідомлення відповідальності, що стоять перед людьми різних поколінь проблем і можливості їх спільного вирішення стає основою для формування активної громадянської позиції батьків. Виникнення нових незалежних асоціацій, віртуальних чи реальних, їх різноманітність дозволяє зробити висновок про те, що

становлення громадянського батьківського свідомості являє собою джерело важливих соціальних змін суспільства в цілому.

Медіа-культуру батьків ми визначаємо як здатність батьків ефективно взаємодіяти з інформаційними носіями, адекватно поводитися в інформаційному середовищі та використовувати інформаційні засоби у вихованні та формуванні інформаційної культури дітей. Медіа-компетентність батьків заснована на низці компонентів: перший – досвід використання медіа-матеріалами, другий – активне застосування умінь у сфері медіа, третій – готовність до самоосвіти.

Структура медіа-компетентності батьків складається з відповідних блоків обов'язкових умінь. По-перше, це форми діяльнісно-орієнтованого аналізу медіа: відбір і використання того, що можуть запропонувати медіа; розробка свого власного медіа-продукту. По-друге, в термінах змісту, обидві форми включають знання та аналітичні здібності, пов'язані з: креативними можливостями, на яких засновані різні види медіа; передумовою для ефективного використання медіа; економічними, соціальними, технічними, політичними умовами, які пов'язані з виробництвом і розповсюдженням медіа-продукту.

Отже, об'єктивне вивчення процесів, що розгорнулися в межах нового соціального простору, розвитку сучасної дитини є досить актуальним сьогодні. Це допоможе у висуванні нових ідей, спрямованих на теоретико-методологічне та практичне забезпечення процесів освіти і виховання дітей у сім'ї, вдосконалення підготовки та перепідготовки педагогічних кадрів, спрямованих на оздоровлення суспільного стану сім'ї в сучасних умовах.

Список використаної літератури

1. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация менует нашу жизнь // Э.Гидденс – М. – 2004. – 77 с. **2. Змановская Н. В.** Формирование медиа-коммуникативной образованности будущих учителей. // Н. В. Змановская, Автореф. дис. канд. пед. наук. - Красноярск, 2004. – 24 с. **3. Кон И. С.** Психология ранней юности // И.С.Кон - М.; Просвещение 1989. **4. Кириллова Н. Б.** Зачем нужна медиакультура // Уральский Федеральный округ. – 2004. - № 1. – С. 34 – 36. **5. Лемиш Д.** Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. // Д.М.Лемиш,. – 2007. – 123 с. **6. Сапунов Б.** Образование и медиакультура // Высшее образование в России. – 2004. – № 8. – С. 3 – 4.

Жаровцева Т. Г. Формування медіа-культури батьків як складова сучасного інформаційно-виховного простору

У статті розглядається сутність і формування медіа-культури як сучасної потенційної основи сімейного виховання дітей, визначено структуру медіа-культури та її вплив на диференціацію виховних можливостей батьків.

Ключові слова: медіа-культура, сім'я, батьки, інформаційно-виховний простір.

Жаровцева Т. Г. Формирование медиа-культуры родителей как составляющая современного информационно-воспитательного пространства

В статье рассматривается сущность и формирование медиа-культуры как современной потенциальной основы семейного воспитания детей, определена структура медиа-культуры и ее влияние на дифференциацию воспитательных возможностей родителей.

Ключевые слова: медиа-культура, семья, родители, информационно-воспитательный простор.

Zharovtseva T. G. Media-Culture of Parents as a Component of Modern Information and Educational Space

The article discusses the nature and formation of culture media as a potential basis of modern family upbringing, the structure of a media culture and its effect on the differentiation of educational opportunities parents.

Key words: media culture, family, parents, information and educational space.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2013 р.

Прийнято до друку 26.04.2013 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Докучаєва В. В.

УДК 37.06

Л. В. Кужільна, М. О. Кужільна

**ВПЛИВ СУЧАСНОГО МЕДІА ПРОСТОРУ НА ІНФОРМАЦІЙНИЙ
МЕТАБОЛІЗМ СУСПІЛЬСТВА Й ОСОБИСТОСТІ
(на матеріалі творчості поетів-шістдесятників)**

Як свідчать дослідження Кара-Мурзи С., Пашкевича О., Вікентьєва В., сучасні мас-медіа (як четверта влада, виконуючи прямі замовлення політичної влади) маніпулюють (досить професійно і вміло добираючи шляхи та засоби) свідомістю українського соціуму як в цілому, так і окремої особистості зокрема.

Цей факт досить глибоко і ґрунтовно дослідили поети-шістдесятники в українській літературі 20 ст., вдаючись до різних форм створення картини психології національної моделі світу (див. детальніше нашу роботу за [6, с. 27 – 29]).

„Маніпулювання-це спосіб влади впливати на людей через програмування їх поведінки. Цей вплив, направлений на психічні