

УДК 378.147.136:81'243:378.036

КОМПЛЕКСНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ДУХОВНОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ НА ЗАНЯТТЯХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

С.О.Сургай

Стаття аналізує основні засоби масової інформації, а також ступінь їхнього впливу на естетичне виховання студентів.

Ключові слова: духовна культура особистості, засоби масової інформації, естетичне виховання.

Соціологи підраховали, що в середньому “цивілізована людина”, що прожила до 75 років, має приблизно 50 років активної, позбавленої сну діяльності. І дев'ять років з них вона витрачає на те, щоб дивитися телевизор [7, С.67]. У середньому сучасна молода людина витрачає більше шести годин на день на спілкування з медіа (42% цього часу йде на перегляд телепередач і, фільмів і лише 12% – на читання друкованих текстів) [6, С.94]. На початку ХХІ століття без медіа немислимий соціокультурний розвиток будь-якої нації практично у всіх сферах, включаючи, зрозуміло, естетичне виховання. Соціологічні дослідження О. Овсянікова показують, що в останні роки кількість студентів, що у вільний час читають книги, неухильно зменшувалось (з 36% до 16%), у той час настільки ж неухильно зростав їхній «телеперегляд» (з 49% до 83%) [5].

Безумовним фактом є те, що більшу частину інформації вже сьогодні молодь отримує аудіовізуальним чином, а не через друкований текст, і ця тенденція посилюється. Практично кожна людина сьогодні більше дивиться кінофільмів і телевізійних передач, аніж читає книжок.

Значна увага в сучасній педагогічній літературі приділяється питанням естетичного виховання засобами медіа. У цій галузі широко відомі роботи Л. Баженової, Л. Зазнобіної, У. Мазепи, Л. Мастермана, А. Новикової, С. Пензіна, Ю. Усова, О. Федорова, О. Шарикова, С. Шумаєвої та ін.

Мас-медіа стали невід'ємним елементом середовища, у якому функціонує молодь. Їхнього впливу уникнути неможливо. Особливо це стосується особистості, яка не готова критично аналізувати медіа-тексти у

зв'язку із недостатнім життєвим досвідом і несформованою внутрішньою позицією. Вплив ЗМІ на студентську молодь зумовлює необхідність пошуків, які дадуть можливість виховувати у студентів естетичні якості людини.

Для визначення ролі засобів масової інформації у формуванні естетичної вихованості студентів необхідно більш докладніше розглянути мас-медіа.

Найпотужнішим засобом масової комунікації, на нашу думку, є *телебачення*, що здатне охопити найширші верстви населення, навіть ті, які залишаються за межами впливу інших медіа-засобів. Ця здатність пояснюється особливостями фізичної природи, специфікою телевізійного віщання як засобу створення і передачі повідомлень.

Телевізійну комунікацію відрізняють такі ознаки:

- *симультанність* — здатність електромагнітних коливань проникати у будь-яку точку простору;
- *екранність* — здатність передавати повідомлення у формі зображень, що рухаються, супроводжуваних звуком;
- *“безпосередність”* — здатність телебачення до створення і розповсюдження нефіксованих повідомлень.

Завдяки екранності телевізійні образи сприймаються безпосередньо чуттєво, а тому доступні найширшій аудиторії. Одночасність дії, події і її відображення на екрані — унікальна якість телебачення. Вона виявляється тільки в процесі прямої (“живої”) передачі, коли зображення йде в ефір безпосередньо з телевізійних камер, без попередньої фіксації, тобто в нинішньому часі. “Безпосередність” нерозривно пов'язана із симультанністю телепередачі. Це дві сторони одного феномена.

Різні дослідження, що проводилися в основному в західних країнах, виявили певну закономірність: чим нижче матеріальний рівень життя, тим більше людина прив'язана до телебачення. Це пояснюється тим, що висока вартість квитків у театри, кіно або на концерти примушує аудиторію залишатися відданою телебаченню як єдиному джерелу розваг. Стрімке збільшення кількості вільного часу, сфери дозвілля сприяє посиленню впливу медіа. Зростання вільного часу стає все більш серйозним соціальним феноменом.

Крізь телевізійні хвилі, що проникають, безкоштовно, безперервно і безперешкодно поставляють нескінченний потік

видовищ, де реальність переплітається з фантастикою, романтика з практицизмом, аморальність з цнотливістю. Чим більшу душевну спустошеність відчуває людина, чим одноманітніше її будні, тим легше вона йде назустріч міфам і фантазіям, які пропонує ілюзорний світ, комфортний і благополучний, повний «красивих» пристрастей і фантастичних марень. Людина намагається знайти себе серед цих екранних марень і вигадок, розвіятися з їхнього допомогою від тягот реального життя. Таку можливість дає їй масова культура, надана в різноманітних формах і виявах на телевізійному екрані.

Телебачення є важливим джерелом інформації про навколишній світ. Основними функціями телевізійної комунікації є:

- інформаційна (полягає у розповсюдженні відомостей про навколишній світ і процеси, що в ньому відбуваються);
- просвітницька (включає два напрями: виховання і навчання);
- розважальна (покликана забезпечувати дозвілля);
 - формувальна (формування суспільної свідомості відбувається завдяки соціалізації особистостей, тобто їхньому залученню до норм суспільного життя).

Телебачення є єдиним збалансованим організмом, що має у розпорядженні різні механізми дії на населення. Міра, характер і ступінь впливу телевізійної продукції залежать від установок комунікаторів, від змісту і форми тих повідомлень, якими комунікатори наповнюють канали системи, що транслює, відбору подій, їхньої послідовності, докладності викладу.

Наступним потужним медіа-засобом естетичного виховання молоді є *кінематограф*, виховні можливості якого стали загально визнаним фактом. Кінематограф є комунікативною системою, оскільки режисер, актори, автори сценарію, всі творці фільму передають певну інформацію своїм твором за допомогою сукупності технічних засобів. Але різні кінокартини володіють неоднаковим обсягом інформації. За Ю. Лотманом тільки те, що «у фільмі належить мистецтву, – має значення, несе ту або іншу інформацію». Сила дії кіно – у різноманітності побудованої, **складно** організованої і сконцентрованої інформації. Науковець вважав, що це сукупність різноманітних інтелектуальних і емоційних структур, передаваних глядачеві, які мають на нього складний вплив, - від заповнення елементів його пам'яті до перебудови структури його особистості» [2].

При цьому естетичне виховання на матеріалі кіномистецтва розглядається багатьма педагогами як культурно-освітній процес, що удосконалює естетичні знання, а кіновиховання – процес особово-творчий, такий, що нарощує творчий потенціал особи. Кіновиховання покликано розширити естетичне сприйняття, звертаючи увагу молоді на багатшарову структуру кінотвору (зокрема, поєднання зображення, слова, музики, руху), на розвиток якомога точнішого (у ідеалі – адекватного) розуміння складної кінематографічної мови. При цьому основними відмітними особливостями кіноосвіти є:

- пристосованість до всіх вікових груп учнів;
- комплексність, досягнення загальної зацікавленості молоді в мистецтві;
- діяльний характер (створення шанувальників кіно, організація виставок, фестивалів і вечорів і так далі).

Останнім часом набуває потужності ще один медіа-засіб – *Інтернет*. Під Інтернет-ЗМІ ми розуміємо регулярно обновлюваний інформаційний сайт, який має певний авторитет, популярність і свою постійну аудиторію. Інтернет-простір – це безмежне царство комунікації, яка “поліглотарна і поліжанрова, полілогічна і поліаксіологічна” [1]. Він охоплює і вбирає в себе практично всі сфери життєдіяльності. Людина може подорожувати по ньому до нескінченності, отримуючи задоволення від Інтернет-спілкування, але абсолютно не помічаючи, що у міру “подорожі” вона виявляється все більш недієздатною, все більш відрізаною і відчуженою від реальних процесів, що проходять в суспільстві. У просторі Інтернету ще сильніше, ніж у просторі кінематографу, відбувається заміщення активного діяльного життя – ілюзією.

Сучасний Інтернет може стати простором для проектування і складання зв'язків між наукою, освітою і різними сферами практики. Ця глобальна мережа інформації не стихійна, а структурована і упорядкована. 73% людей віком від 18 до 43 років довіряють інформації з Інтернету більше, ніж телевізійній, 12% – довіряють рівною мірою. Таким чином, Інтернет стає основним провідником інформаційного впливу на молодь.

Н. Малишевський наголошує на таких аспектах, які роблять Інтернет одним з найефективніших каналів впливу на масову свідомість:

- доступність протягом 24 годин на добу;
- можливість прямого та непрямого впливу на масову свідомість;
- гнучкість у наданні інформації (можливість змінювати інформацію необмежену кількість разів);
- можливість використовувати кольорове та звукове оформлення;
- можливість брати участь в обговорюванні тієї або іншої проблеми на форумі [3].

Комп'ютерні аудіовізуальні засоби функціонують завдяки своїм специфічним особливостям у єдності з іншими засобами в системі художньої комунікації, формуючи нову мову художнього мислення. Особливістю комп'ютерного зображення в технологічному плані є те, що комп'ютерний дисплей – це свого роду чистий лист паперу, на якому зображення продукується шляхом синтезу, на відміну від фотографій, слайдів, кіно, які базуються на техніці репродукування (тиражування, трансляції) того, що вже є на вході комунікаційної системи.

Серед особливих властивостей комп'ютера виділяються „здібності” запам'ятовувати, синтезувати, відтворювати широкий асортимент аудіовізуальної продукції, музику, мову, тексти, абстрактні й конкретні зображення, статичні й динамічні.

Формуючи високу естетичну культуру молоді, у вищому навчальному закладі їм потрібно показати шляхи її застосування не тільки в сфері освіти, але й у сфері загальнодержавної пропаганди естетичних знань у засобах масової інформації. Як зауважила Л. Масол, “ера глобального панування мас-медіа в майбутньому не може не вплинути на систему освіти і виховання, яка гнучко реагувала на соціокультурні умови і споживи” [4]. Така робота зі студентами значною мірою задовольнить їхнє прагнення, естетичні потреби і забезпечить їхнє активне сприйняття естетичної культури, що формується в умовах, коли сфера традиційної художньої культури звужена.

Література

1. Громыко Н. В. Интернет и постмодернизм – их значение для современного образования. / Н. В.Громыко // Вопр. философии. – 2001. – № 3. – С. 175-180.

2. Лотман Ю.М. Об искусстве/ Ю. М. Лотман; [сост.: Р. Г. Григорьев, М. Ю. Лотман; вступ. ст.: Р. Г. Григорьев, С. М. Даниэль; послесл.: М. Ю. Лотман. – СПб. : Искусство-СПБ, 2005. – 703 с.
3. Малишевский Н. Н. Технология и организация выборов / Малишевский Н. Н. – Минск, 2003. – 256 с.
4. Массовая культура и массовое искусство: "за" и "против"/ К. З. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая, Н. И. Киященко, А. В. Колосов. – М.: Гуманитарий, 2003. – 511 с.
57. Овсянников А.А. Востребованность гуманитарных ценностей современным российским обществом / А.А.Овсянников //Преподавание социально-гуманитарных дисциплин в вузах России: состояние, проблемы, перспективы. – М.: Логос, 2001. – С. 16-23.
6. Dorr A. Media Literacy / A. Dorr // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. – Oxford: Ed. N. J. Smelser & P. B. Baltes, 2001. – Vol. 14. – P. 94-95.
7. Kubey R. Obstacles to the Development of Media Education in the United States / R. Kubey // J. of Communication. – 1998. – Winter. – P. 58-69.

В статье анализируются основные средства массовой информации, а также степень их влияния на эстетическое воспитание студентов.

Ключевые слова: *духовная культура личности, средства массовой информации, эстетическое воспитание.*

The article gives the analysis of the main media recourses and the degree of their influence on the esthetics education of students.

Keywords: *spiritual culture of personality, mass media, aesthetic education.*

Сургай Світлана Олександрівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов Східноукраїнського національного університету(м. Луганськ, Україна)

Рецензент – доктор педагогічних наук, професор В.В.Червонецький