

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕДІАПСИХОЛОГІЇ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МЕДІАОСВІТИ

М. М. Слюсаревський

МЕДІАОРІЄНТАЦІЙНА ФУНКЦІЯ ОСВІТИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА ВИКЛИКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДОБИ

У статті пропонується розглядати медіаосвіту як точку, в якій сходяться найгостріші проблеми сучасного світу, сучасних медійних практик і сучасної освіти. Відтак, аби усвідомити всю повноту змісту, цілей і завдань медіаосвіти, треба спробувати відповісти на запитання: “Що відбувається із сучасним світом?”, “Що відбувається у сфері сучасних медіа?” і “Що відбувається сьогодні з освітою?”. У процесі пошуку відповідей на ці запитання автор обґрунтовує медіаорієнтаційну функцію освіти, яка має пронизувати увесь навчально-виховний процес. Показано, що медіаосвіта є найважливішим способом інституціоналізації цієї функції.

Ключові слова: сучасний світ, сучасні медіа, сучасний стан освіти, медіаорієнтаційна функція освіти, медіаосвіта, завдання шкільної медіаосвіти.

Проблема. Історія запровадження й розвитку медіаосвіти в таких країнах, як Канада, Велика Британія, Австралія, Франція, США, країни Скандинавії та Південної Європи, вимірюється вже кількома десятиліттями. На думку деяких авторів, у лідери розвитку шкільної медіаосвіти виходить також Російська Федерація [8, 14]. Важливу роль у цих процесах відіграє міжнародна журналістська організація – ЮНЕСКО, в низці документів якої визначено сутність, головні напрями та завдання медіаосвіти. У 2008 р. спеціальну резолюцію з питань медіаграмотності у світі цифрових технологій ухвалив Європейський парламент, де підкреслив, що медіаосвіта має стати компонентом формальної освіти, доступної всім учням, обов’язковою частиною навчальної програми на кожному ступені шкільного навчання, і рекомендував Єврокомісії внести до програми підготовки вчителів обов’язковий модуль з медіаосвіти [24].

При цьому в документах європейської спільноти наголошується, що медіаосвіту слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні предметів з інших галузей знань (математики, фізики, географії тощо). Інакше кажучи, медіаосвіта – це не навчання за допомогою медіа, а навпаки, вивчення останніх [8, 23]. З другого боку, масову медіаосвіту, що належить (знову ж таки, згідно з рекоме-

ндаціями ЮНЕСКО) до основних прав людини і повинна бути пожиттєвою [див. там само, с. 7], потрібно відрізнати від розуміння медіаосвіти як форми підготовки фахівців мас-медійної галузі.

Ідеї медіаграмотності, медіакультури і відповідно медіаосвіти останнім часом почали набувати популярності і в Україні. Більше того, зроблено певні кроки в напрямку їх реалізації. Найістотнішими із цих кроків можна вважати:

- затвердження Президією НАПН України в травні 2010 р. Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [6], яка пройшла громадське обговорення й була підтримана широкою громадськістю;

- започаткування в тому ж році Інститутом психології ім. Г. С. Костюка разом з компанією “Київстар” проекту “Безпека дітей в інтернеті”, хід і результати якого активно висвітлювалися в теле- і радіопередачах, друкованих та інтернет-виданнях;

- проведення, починаючи з 2011–2012 навчального року, експерименту всеукраїнського рівня з упровадження розробленої в Інституті соціальної та політичної психології НАПН України вітчизняної моделі медіаосвіти, в якому беруть участь 119 загальноосвітніх та позашкільних навчальних закладів у восьми областях та м. Києві;

- розроблення та впровадження Інститутом інноваційних технологій і змісту освіти МОН України спільно з Міжнародним благодійним фондом “Академія української преси” навчальної програми з медіаосвіти для системи підвищення кваліфікації вчителів;

- видання наприкінці минулого року першого в Україні підручника “Медіаосвіта та медіаграмотність” для студентів вищих педагогічних навчальних закладів та слухачів інститутів післядипломної педагогічної освіти [8].

Підтримуючи ідеї поширення на вітчизняних теренах медіаграмотності та розвитку медіаосвіти, автори відповідних наукових публікацій, практичні працівники освіти та представники громадськості зазвичай говорять про те, що, так би мовити, лежить на поверхні і найбільше болить – про потребу психологічного захисту населення від так званих патогенних інформаційних потоків, що їх у величезній і дедалі зростаючій кількості продукують мас-медіа задля комерційного чи політичного зиску. Спираючись на тезу про те, що медіа не завжди адекватно репрезентують навколишній світ, медіаосвіту розглядають передусім як засіб формування автономної від них особистості [там само, с. 9], “один із потужних інструментів профілактики асоціальної поведінки молоді” [там само, с. 16], “шлях до того, щоб людина дістала змогу самозахиститися від недобросовісної інформації” [там само, с. 8] тощо.

За словами вітчизняної дослідниці масової комунікації і культури Н. І. Зражевської, розуміння масово-комунікаційних ефектів потрібне кожному. Професійні комунікатори мають добре володіти цим

ефективним інструментарієм та орієнтуватися в небезпеках, на які вони, свідомо чи несвідомо, можуть наражати суспільство. Поряд із цим споживачі масової інформації також потребують знання теорії комунікації, щоб не ставати жертвами маніпуляцій [2].

Така постановка питання правомірна, правильна, своєчасна і, безумовно, відіграла головну роль у приверненні уваги органів державної влади та громадськості до проблем розвитку медіаосвіти. Проте цього суто “захисного”, “оборонного” підходу аж ніяк недостатньо для усвідомлення всієї повноти її змісту, цілей і завдань, місця та ролі в освітньому і, не буде перебільшенням сказати, у соціокультурному процесі. Цей “захисний” підхід мимоволі відтворює найбільш ранні із запропонованих зарубіжними вченими і нині вже морально застарілі моделі медіаосвіти, які далеко не повною мірою відображають сучасні реалії, цивілізаційні виклики і суспільні запити. Тому маємо йти далі.

На моє переконання, сьогодні є підстави розглядати медіаосвіту як точку, в якій сходяться найгостріші проблеми сучасного світу, сучасних медійних практик і сучасної освіти. Відтак, аби зрозуміти для чого нам потрібна медіаосвіта, чим вона є і якою має бути, треба поставити собі запитання: “Що відбувається із сучасним світом?”, “Що відбувається у сфері сучасних медіа?” і “Що відбувається сьогодні з освітою?”.

Осмислення медіаосвітньої проблематики в контексті цих запитань і становить *мету* моєї статті. Спробую відповісти на них – зрозуміло, в найзагальніших рисах.

Отже, **що відбувається із сучасним світом?** Найприкметнішою його ознакою є, безперечно, глобалізаційні процеси, зумовлені значною мірою розвитком масової комунікації. З огляду на їх вражаючі масштаби і динаміку саме ці процеси найчастіше привертають увагу дослідників. Проте глобалізація хоч і найпомітніша, але далеко не єдина із сутнісних ознак сучасного світу. Не меншої уваги заслуговує *постмодерний вектор світового розвитку*.

Під постмодерном розуміють глобальний стан цивілізації останніх десятиріч, який приходить на зміну добі Модерну в індустріально розвинутих країнах, а також особливий умонастрій людей, що відповідає цьому станові [7; 16; 18]. Відомий британський соціолог Е. Гідденс виділяє такі риси постмодерну:

- зміни буття відбуваються в контексті розривів у пізнанні;
- соціальні трансформації набувають відцентрового та безладного характеру;
- особистість зазнає розривів, розчленувань унаслідок того, що її життєвий досвід має фрагментарний характер;
- істина набуває контекстуального характеру;

- відчувається теоретична безпорадність перед лицем глобалізаційних тенденцій;
- виникає “спустошення” повсякденного життя як наслідок вторгнення в нього абстрактних систем;
- координація політичних зусиль позбавляється сприятливих можливостей через зростання ролі локального чинника та дисперсії [22, 150].

Умонастрій постмодерну втілюється у специфічному постмодерністському стилі, що формується передусім у літературі та мистецтві і поширюється також у філософії та соціогуманітарних науках. Постмодерністський науковий дискурс імпонує багатьом гуманітаріям, зокрема й соціальним психологам, що закономірно, адже вони, за висловом С. Московічі, є частиною тієї матриці, яку вивчають [21, 15]. Однак ці суб’єктивні преференції не повинні заступати в науковій рефлексії тих тривожних тенденцій, котрі несе в собі постмодерн – не як науковий дискурс (це окреме питання), а як глобальне соціокультурне явище.

Виділені Гідденсом риси постмодерну в перекладі на мову синергетики означають не що інше, як наростання в цілісній системі сучасного світу хаосу, саморуйнівних процесів. Під цим кутом зору не видаються таким уже й перебільшенням заяви про *ноосферну кризу*, які почастишали у зв’язку із 150-річним ювілеєм В. І. Вернадського. “Ноосферна криза охоплює не лише кліматичні умови Землі, світову економіку, якість життя людини, а й людську особистість. Старі культурні цінності виявилися зруйнованими, традиції як сім’ї, так і цілих націй знищені без будь-якої заміни, світоглядні ідеали піддані нарузі. За цих умов у психології і психічному стані людини почав домінувати конфлікт безвиході існування, що призводить до психічних зривів, зокрема ноогенних неврозів”, – пише академік НАМН України В. М. Запорожан і продовжує:

“Прагнучи вижити в умовах ноосферної кризи і маючи вкрай обмежений вибір шляхів, людина зазвичай намагається відійти від реальності з усіма її проблемами шляхом “хімічної” або “нехімічної” зміни свого психічного стану. Звідси зростання наркоманії та алкоголізму, ігроманії, комп’ютерної залежності, які перетворюються на патологічну схильність людини і ведуть до психічних розладів: неврозів, депресій, фобій, акцентуацій. Граничне вираження цієї тенденції – зростання кількості суїцидів” [17].

На мою думку, процитований автор цілком резонно порушує питання критичного оцінювання змін, що відбуваються нині у світі. Тому, ставлячи за мету формування в системі освіти інноваційної людини, здатної до сприйняття змінності як способу життя і творення змін [1, 19], слід водночас говорити про потребу формування в неї спроможності критично оцінювати зміни і вибірково їх приймати.

Природно, світовий розвиток сьогодні немислимий поза масовою комунікацією. Мас-медіа не лише відображають, а й уможливають глобальний стан людської цивілізації, функціонування ноосфери. Відповідно вони є не лише виразниками, референтами, а й каталізаторами тих кризових явищ, про які йшлося вище, оскільки, на думку президента Канадської асоціації медіаосвітніх організацій Дж. Пандженте, провокують суспільні зміни [27]. Зважаючи на це, нерідко видається, що коли не всі, то багато світових проблем, завдань захисту суспільної моралі можна вирішити за рахунок більш жорсткого регулювання інформаційних процесів. Однак потрібно враховувати, що медіасфера як частина ноосфери змінюється разом з останньою, сама зазнає змін, почасти спровокованих нею ж, і відтак у ній теж збільшується ступінь непередбачуваності, некерованості, хаосу.

Отже, **що відбувається у сфері сучасних медіа?** Нинішні трансформації в медіапросторі порівнюють за наслідками впливу на життя людей з поширенням друкарства у XV ст. Проте навіть це порівняння не відбиває їх справжнього масштабу. Якщо раніше медіа (преса, радіо, традиційне телебачення) були так чи інакше відповіддю на події в реальному світі і лише певною мірою конструювали цю реальність, то тепер, з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, відбувається *медіатизація* і стрімка, всеосяжна *віртуалізація* реальності.

Ці процеси охоплюють усі рівні суспільних відносин (від міжперсонального до глобального), відносини влади і власності, економічне життя суспільства [2; 8; 10; 25]. Наприклад, з'явився феномен доходу від "віртуальних товарів", які можуть бути використані тільки у віртуальному просторі, але платити за них потрібно реальними грошима. Скажімо, можна зовсім недорого, за пару гривень, купити зображення квіточки, щоб подарувати другові чи подрузі на день народження. На перший погляд, дрібниця, але мережеві компанії отримують 20–30% свого прибутку від продажу саме таких, віртуальних, товарів. Лише одна компанія Фейсбук 2009 року заробила на цьому 30 мільйонів доларів [5, 355].

Спіраючись на західний досвід, українські вчені прогнозують, що в інформаційному суспільстві мас-медіа "взьмуть на себе функції: 1) впровадження соціального прогресу та ревізії традицій; 2) регулювання моральних та навіть правових норм (що загалом відбувається й тепер, коли мас-медіа організують ухвалення нових законів, розкручують кримінальні справи тощо), 3) соціального управління" [8, 48]. Відповідно до цих прогнозів масова комунікація, поєднана за допомогою комп'ютерних технологій із міжособовою, переросте у майбутньому в механізм прийняття колективних рішень, самокерування та саморегулювання суспільства, сприятиме його демократизації, ознаку якої вбачають, приміром, у переході до так званого електронно-го урядування. Тобто прогнози, здавалось би, вельми оптимістичні.

Однак справа в тому, що, як визнають самі дослідники масової комунікації, усі спроби осмислення та переосмислення її ролі мають ту суттєву ваду, що застарівають швидше, ніж розвивається медіасфера [4, 154]. Це можна простежити на прикладі підручників з масової комунікації. Усі вони, як правило, розпочинаються розділами, де цей феномен і тенденції його розвитку описуються, виходячи переважно із модернового стану традиційних мас-медіа, а далі, ніби навздогін, уміщується розділ, присвячений так званим *новим медіа*, який значною мірою дезавує сказане в попередніх розділах, більше того, ставить під сумнів саме визначення масової комунікації. Адже масову комунікацію визначають як *організоване спілкування*, що здійснюється *професійними комунікаторами* [12]. Тим часом нові медіа, або, іншими словами, інтернет-медіа дедалі важче підвести під це визначення.

Серед ознак нових медіа, що відрізняють їх від традиційних, найчастіше виокремлюють інтерактивність, гіпертекстуальність, мультимедійність, конвергенцію (мається на увазі взаємопроникнення різних видів медіа) і, нарешті, персоналізацію інформаційних потоків [8, 228; 13]. Усі згадані ознаки є суттєвими, сутнісними, але в контексті обговорюваних питань звернімо увагу передусім на останню.

Ідеться про появу так званої *персональної*, або *громадської*, журналістики, котру можна визначити як стихійне творення щоденників, аудіо- та відеофайлів і розміщення їх в інтернеті [4, 156]. Нові медіа, що виникають у глобальній мережі ніби на стику масової (в традиційному розумінні) та міжособової комунікації, теоретично дають змогу кожному користувачеві не лише активно включатись у процес інформаційного обміну, швидко, практично миттєво отримувати “живу” новину, так би мовити, з перших рук, без посередництва професійних комунікаторів, а й самому створювати інформаційний потік. Складається ситуація, коли, за словами американського автора Дж. Павліка, кожен, хто має комп’ютер і модем, може стати глобальним видавцем, не переймаючись, однак, відповідальністю за дотримання професійних та етичних стандартів журналістської діяльності [25, р. xi].

Щоправда, така можливість для більшості вітчизняних користувачів залишається ілюзорною, оскільки передбачає рівень медіаграмотності, якого вони не мають. Так само, до речі, й скористатися перевагами електронного урядування, з усіма його демократичними перспективами, зможе далеко не кожен громадянин України через брак грамотності – як інформаційної, медійної, так і правової, економічної тощо. І якщо сьогодні поряд із майновою нерівністю в суспільстві гостро постає проблема цифрової нерівності, яку наразі пов’язують лише з відсутністю в домогосподарстві комп’ютера та виходу в інтернет [3], то неважко передбачити, що незабаром ця проблема набуде якісно іншого виміру – перетвориться на проблему *медіапродуктивної нерівності*, котру в наших умовах поглиблюватиме незнання іноземних мов.

Та хоч як би там було, уже тепер персональна, громадська журналістика складає серйозну конкуренцію професійній. У медіасфері стрімко збільшується питома вага блогосфери (в глобальній мережі приблизно щосекунди відкривається новий блог, і їхня кількість подвоюється щопівроку [4, 158]). При цьому частішають прецеденти перетворення блогів і влогів фактично на масові медіа, що, в свою чергу, спонукає професійну журналістику змінюватися, і не в кращій бік. Вона швидко набуває рис *інфотейменту*, що означає такий підхід до створення інформаційної продукції, за якого інформація використовується головним чином для того, аби розважити споживача. “Інфотеймент, як правило, містить лише поверхові відомості з певної теми і не може розглядатися як джерело самоосвіти”, – пише президент Києво-Могилянської академії С. Квіт [там само, с. 160].

На тлі розвитку блогерства професійна журналістика перебуває “у процесі драматичних змін” [там само, с. 161]. І питання стоїть, по суті, про її виживання, адже згідно з опублікованими журналом “Форбс” у вересні 2007 р. результатами дослідження про “найгірші”, найбільш неперспективні, професії XXI ст. до таких професій потрапляють газетні репортери, кореспонденти і радіоведучі [28].

Усе це засвідчує, що розвиток медіа випустив із пляшки джина чи навіть багатьох джинів, упоратися з якими суб’єктам масової комунікації самотужки не під силу. Тож і не дивно, що висновки дослідників стосовно футурологічних сценаріїв її впливу на суспільні процеси позначені очевидною амбівалентністю. Стверджується, що “розвиток комунікаційної техніки створює сприятливіші умови для розвитку демократії та свободи”, і водночас (про це говорить один і той самий автор), що “розвиток комунікаційної техніки створює кращі можливості для контролю громадської думки і суспільної свідомості з боку елітарних суспільних прошарків і в такий спосіб може сприяти утворенню тоталітарних суспільних форм” [11].

Як бачимо, і в сучасному світі загалом, і у сфері сучасних медіа, що утворюють його становий хребет, наростає ступінь хаосу, деградації, розпаду. Це підтверджує тезу І. Р. Пригожина про те, що людство стоїть на порозі нової глобальної біфуркації [26]. А можливо, уже й досягло точки біфуркації, в якій малі причини здатні, як відомо, породжувати великі наслідки. У цій точці світ може перейти з нерівноважного стану у відносно рівноважний, може виникнути новий “порядок із хаосу” [20]. Проте може й не виникнути, оскільки ноосфера, на відміну від гео- чи біосфери, не має власних природних механізмів самоорганізації та контролю, незалежних від волі людей [17].

Інакше кажучи, флуктуації, спроможні породити “порядок із хаосу”, потребують цілеспрямованих зусиль. На роль носія таких флуктуацій, генератора малих причин, думається, найкраще підходить освіта як за самою своєю природою цілеспрямований і організований про-

цес духовного виробництва. Але підходить із певними застереженнями, на які слід зважати, розробляючи освітянську проблематику.

Українська педагогіка, філософія освіти дуже багато зробили для переосмислення сутності і функцій освіти як суспільного інституту відповідно до викликів сучасності. Однак, на жаль, вразливим місцем переважної більшості наших концепцій розвитку освіти є постановка перед нею все нових завдань без достатнього врахування її реальних можливостей, особливостей функціонування в сучасному розбурханому світі. Отже, потрібно відповісти на третє запитання: **що відбувається сьогодні з освітою?**

Інформаційна революція вкупі із сексуальною революцією та іншими соціокультурними перетвореннями глобального характеру спричинилася до загального послаблення традиційних інститутів соціалізації підростаючого покоління – сім'ї, школи, дитячого співтовариства [14, 78]. За таких умов було б непростимою методологічною помилкою й надалі самовпевнено стверджувати, що саме освіта, школа залишаються головним джерелом впливу на засвоєння особистістю соціального досвіду – норм, цінностей, ба, навіть знань про природу, техніку і суспільство.

Ще в 60-х роках минулого століття відомий французький фізик, філософ і культуролог А. Моль висунув соціодинамічну концепцію “мозаїчної культури” [19]. Ця “мозаїчна культура”, на відміну від традиційної гуманітарної культури, засвоєння якої відбувалось у процесі раціонально організованого в системі освіти процесу пізнання, формується під впливом безперервного, всеохопного і невпорядкованого потоку інформації, що поширюється переважно засобами масової комунікації. Тому, писав учений, “знання, отримані в період шкільного навчання, мають усе менше прикладне значення, набагато більшу роль відіграє те, що пересічна людина прочитає на афіші в метро, почує по радіо, побачить у кіно чи по телебаченню, прочитає в газеті дорогою на роботу чи дізнається із розмов з колегами та сусідами; від школи зостається лише поволока напівзабутих понять” [там само].

Концепцію Моля нині вважають прообразом моделі сучасної масової культури епохи постмодерну в її віртуальному варіанті [15]. І це справді так. Наведені слова французького вченого вочевидь перегукуються із тим, на чому наголошує сьогодні В. Г. Кремень: “... людина і знання найбільше зближуються в момент іспиту, а потім швидко і назавжди взаємно віддаляються” [1, 17].

В умовах переходу до інформаційного суспільства традиційні інститути соціалізації, зокрема й шкільне навчання, дедалі помітніше відсуває на другий план телевізійний і комп'ютерний екран як абстрактний *сукупний дорослий*, причому з усе більш раннього віку. Медійний бізнес, в особі так званих інфант-медіа, пропонує свою продукцію

все молодшій аудиторії, здійснюючи вже й первинну соціалізацію особистості.

Насичення середовища існування дитини різноманітною медіа-продукцією збільшується воістину вражаючими темпами. Так, у США лише за один рік середня тривалість контакту дитини з медіа зростає більш як на годину і 2011 року перевищила 7 годин на добу [23], тобто сягнула показника, співмірного із часом перебування учня в школі. Утім, не треба думати, що це спостерігається лише в країнах, які ходять у лідерах інформаційної революції. Характерний для України символізм традиційних і нових медіа теж спричинюється до підвищення ролі медійної соціалізації в розвитку дитини і тягне за собою пов'язані з нею ризики.

Пошлюся на дані всеукраїнського репрезентативного дослідження часу споживання телевізійної продукції дітьми різного віку, проведеного Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України під керівництвом Л. А. Найдюнової в липні 2012 року [9]. Згідно із цими даними, 42 % українських дітей можна віднести, за світовими стандартами, до “легких” споживачів телевізійного контенту (менше однієї години на добу), 47 % – до “середніх” (від однієї до чотирьох годин), 11 % – до “важких” споживачів (понад 4 години). При цьому значне зростання кількості “важких” споживачів уперше спостерігаємо в 6-річному віці, коли дитина йде до школи, отримуючи вільний час поза батьківським контролем; другий пік припадає на 8–9-річний вік, коли закріплюються перші зразки довільної споживачької поведінки і формуються зачатки вольового долаання чи недолаання спокус, а найбільше “важких” споживачів маємо у підлітковому, 12–14-річному, віці. Водночас серед 12-річних дітей залишається найменше (менше чверті) “легких” споживачів (рис.). Далі частка “важкого” й певною мірою “середнього” споживання телепродукції зменшується, але не внаслідок автономізації від медіа, а за рахунок освоєння підлітком інтернету і “зависання” в ньому, що практично подвоює час контакту з медіа. Таким чином, тут напрошується аналогія із споживанням “легких” і “важких” наркотиків: спершу підсаджує на залежність телебачення, а потім вона переростає у значно важчу за наслідками інтернет-залежність.

Однак, хочемо ми того чи ні, діти і молодь масово йдуть у віртуальні світи, з головою поринають у стихію інформаційних потоків. Зупинити цей процес, що має об’єктивні причини, неможливо, і відтак конкурувати з медіасферою як значно потужнішим інститутом соціалізації безперспективно. Натомість освіта, починаючи з дошкільця і закінчуючи андрагогікою, гадаю, може й повинна стати на чолі цього масового походу в інформаційну круговерть сучасного світу, очолити його і тим самим узяти під свій контроль, надати йому в міру можли-

вості впорядкованого і конструктивного характеру, наситити світоглядно, змістовно і збагатити технологічно.

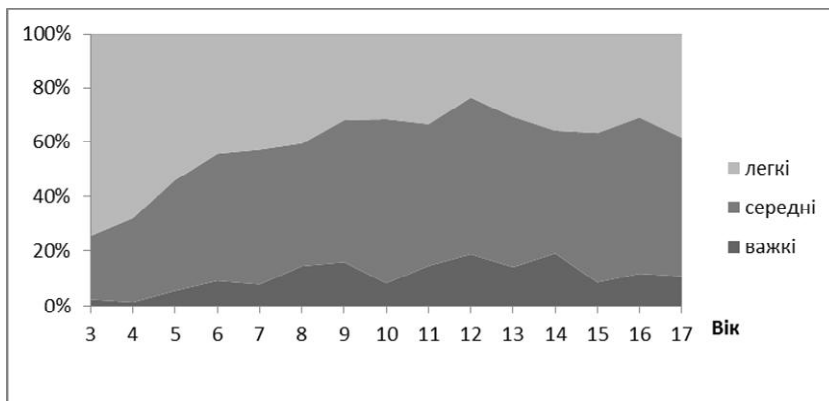


Рис. Вікова динаміка співвідношення типів телеспоживачів (у %)

Іншими словами, освіта має виконувати функцію керування інформаційною поведінкою особистості [14, 81], з перспективою трансформації процесу керування в самокерування. Цю функцію можна назвати *медіаорієнтаційною*, або медіаорієнтувальною.

На моє переконання, медіаорієнтаційна функція в силу зазначених вище чинників не лише нерозривно пов'язана з усіма іншими цілями і функціями освіти [див. 1, 15–27], а й виступає необхідною передумовою їх реалізації. Адже очевидно, що як “інноваційною”, так і “самодостатньою демократичною особистістю” сьогодні може стати лише медіаосвічена, медіаграмотна людина. І навчити учня самостійно оволодівати новими знаннями протягом життя нині означає фактично сформувати в нього здатність керувати своєю інформаційною поведінкою у світі сучасних медіа.

Медіаорієнтаційне спрямування має пронизувати увесь навчально-виховний процес, починаючи з його дидактичної складової, що відповідає висунутій В. Г. Кременем ідеї *інформаційного супроводження процесу засвоєння базових знань*. Потребу такого супроводження зумовлює те, що завдяки новим можливостям медіасфери дедалі реальнішою стає ситуація, коли учень, а тим паче студент уже не засвоює певні факти, а виступає в ролі відкривача та інтерпретатора знання, який соріше його синтезує, ніж відтворює.

Водночас медіаорієнтаційна функція освіти потребує певної інституціоналізації. Способом такої інституціоналізації і є *медіаосвіта*

як перший, визначальний і системотвірний крок на шляху реалізації медіаорієнтаційної функції освітнього процесу в цілому.

Не випадає сумніватися, що належно організована медіаосвіта повинна забезпечувати як захищеність, так і продуктивність особистості у світі медіа. Саме виходячи із цього й було сформульовано *головні завдання шкільної медіаосвіти*, що знайшли відображення в затвердженій Президією НАПН України Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. Ці завдання полягають у *сприянні формуванню в учнів:*

- *медіаімунітету* як спроможності протистояти агресивному медіасередовищу і зберігати відчуття психологічного благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне “сміття”, захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів у мережі Інтернет та інших системах медіа;

- *рефлексії та критичного мислення* як психологічних механізмів, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції на основі ефективного орієнтування в медіапросторі та осмислення власних медіапотреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту і форми інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа, набуття культури спілкування у віртуальних спільнотах та соціальних мережах;

- *здатності до медіатворчості* для компетентного і здорового особистісного самовираження, реалізації життєвих завдань, покращення якості міжособової комунікації і приязності соціального середовища, розбудови мережі стосунків у значущих для особистості реальних спільнотах;

- *низки спеціалізованих аспектів медіакультури*: візуальної медіакультури (сприймання кіно, телебачення), культури комунікативної поведінки в інтернеті, музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, та сучасних напрямів медіаарту тощо [6].

Інституціоналізація медіаорієнтаційної функції освіти може здійснюватись у формах інтеграції елементів медіаосвіти в різні навчальні дисципліни, медіаосвітніх факультативів, гуртків і студій, відповідно зорієнтованих форм позашкільної роботи тощо. Усі вони мають право на існування і відіграють свою позитивну роль. Проте стрижнем шкільної медіаосвіти повинен стати спеціальний курс із медіакультури, що в перспективі має увійти до державного компонента освіти.

Інакше медіаосвіта наразиться на ті ж камені спотикання, що й інший надзвичайно важливий напрям підготовки дитини до життя у контексті викликів глобалізації. Маю на увазі екологічну освіту, яка наразі здійснюється на основі суто міжпредметного підходу. Як переконливо показала Н. А. Пустовіт, за такого підходу учні зазвичай непогано орієнтуються в глобальних екологічних проблемах, проте ма-

ють досить невиразні уявлення щодо проблем охорони довкілля у своїй місцевості та країні, а головне, у них не формуються патерни екологічно доцільної поведінки [1, 49–52]. Тому дослідниця цілком резонно ставить питання про запровадження узагальнювальних курсів екологічного змісту. Так само потрібні узагальнювальні курси і в системі медіаосвіти – для формування стійких патернів інформаційно доцільної поведінки. Та й узагалі, зважаючи на інертність освітянської практики, зрозуміло: не буде курсу – не буде медіаосвіти. До речі, такої ж точки зору дотримуються і в Росії [див. 8, 16].

Нині всеукраїнський експеримент з упровадження вітчизняної моделі медіаосвіти, про який згадувалося на початку статті, вступив у свою основну стадію. По його завершенні, котре, маю надію, буде успішним, вважаю за доцільне організувати широке обговорення отриманих результатів за участі всіх зацікавлених сторін і з урахуванням підсумків проведеного обговорення зніціювати ухвалення *Державної концепції і Програми розвитку медіаосвіти в Україні*. Потребує активізації також участь громадських організацій у всеукраїнському *медіаосвітньому русі*, без подальшого розгортання якого годі сподіватися на втілення ідей медіаосвіти впродовж життя. Отож, варто утворити (можливо, при Президії НАПН України) Громадську раду з медіаосвіти, яка б узяла на себе координацію цього руху.

І насамкінець хотів би зауважити, що медіаосвіта, тим паче з огляду на її зародковий стан в Україні, виглядає чимось безконечно малим порівняно з викликами і загрозами інформаційної доби. Але й Давид, як відомо, був невеликим порівняно з Голіафом, однак переміг. Тож пам'ятаймо, що в точці біфуркації малі причини вагітні великими наслідками.

Висновки

1. Як у сучасному світі загалом, так і у сфері сучасних медіа, що утворюють його становий хребет, наростає ступінь хаосу, деградації, розпаду. Людство стоїть на порозі глобальної біфуркації, а можливо, уже й перебуває в ній, що актуалізує потребу флуктуацій, спроможних породити “порядок із хаосу”.

2. Роль головного носія таких флуктуацій, генератора малих причин, вагітних великими наслідками, покликана виконати освіта, яка за самою своєю природою є цілеспрямованим і організованим процесом духовного виробництва. Проте, ставлячи перед освітою нові завдання, потрібно враховувати її реальні можливості.

3. Традиційні інститути соціалізації особистості, зокрема шкільне навчання, в умовах переходу до інформаційного суспільства дедалі помітніше відсуває на другий план телевізійний і комп'ютерний екран як абстрактний сукупний дорослий. Зупинити цей процес, що має об'єктивні причини, неможливо. Натомість освіта може й повинна взяти на себе функцію керування інформаційною поведінкою особистості

(з перспективою трансформації процесу керування в самокерування). Цю функцію можна визначити як медіаорієнтаційну.

4. Медіаорієнтаційна функція освіти потребує певної інституціоналізації, способом якої є медіаосвіта. Інституціоналізація медіаорієнтаційної функції може здійснюватись у багатьох формах (інтеграція елементів медіаосвіти в різні навчальні дисципліни, медіаосвітні факультативи, гуртки і студії, відповідно зорієнтовані форми позашкільної роботи тощо), проте стрижнем шкільної медіаосвіти має стати спеціальний курс із медіакультури.

Література

1. Біла книга національної освіти України / Т. Ф. Алексєєнко, В. М. Аніщенко, Г. О. Балл [та ін.] ; за заг. ред. акад. В. Г. Кременя ; НАПН України. – К. : Інформаційні Системи, 2010. – 342 с.
2. *Зражевська Н. І.* Масова комунікація і культура: Лекції / Н. І. Зражевська. – Черкаси : Брама-Україна, 2006. – 172 с.
3. Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні : зб. аналіт. доп. / М. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк, Т. О. Ісокова ; за заг. ред. Д. В. Дубова. – К. : НІСД, 2011. – 96 с.
4. *Квіт С.* Масові комунікації : підручник / Сергій Квіт. – К. : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. – 206 с.
5. *Кіркпатрік Д.* Ефект Facebook. Внутрішня історія компанії, що об’єднує світ / Д. Кіркпатрік. – К. : Темпора, 2013. – 488 с.
6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні // Освіта. – 2010. – 7–14 липня. – С. 3–4.
7. *Лук’янець В.* Постмодерн / В. Лук’янець // Філософський енциклопедичний словник. – К. : Абрис, 2002. – С. 501.
8. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упоряд. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. – К. : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
9. Оцінка і ставлення батьків дітей різного віку до впровадження нової системи позначок телепродукції, що може шкодити здоров’ю і розвитку дитини: Аналітична довідка (за результатами опитування батьків дітей віком від 3 до 18 років з питань створення національної системи графічних позначок телевізійного контенту) // Звіт Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення за 2012 рік / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення; Медіаосвітній консорціум, Ін-т соц. та політ. психології, Ін-т рефлексивних досліджень і спеціалізації. – К., 2013. – С. 141–176.
10. *Полуденко А.* Продаж програмного забезпечення та послуг може стати головною галуззю національного експорту [Електронний ресурс] / Анна Полуденко. – Режим доступу : <http://ukrainian.voanews.com/content/ap-it-outsourcing/1489581.html>. Доступ 16.08.2012.
11. *Потятиник Б.* Свободі преси загрожують дві головні небезпеки: репресії та ... їх відсутність [Електронний ресурс] / Б. Потятиник. – Режим доступу : <http://www.franko.lviv.ua/mediaeco/zur-kryt/n13/potjitynyk-zagr.htm>.

12. *Різун В.* Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] / В. Різун. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>.
13. *Сахно О.* Інтернет-ЗМІ і традиційні засоби масової інформації: конкуренція чи конвергенція? [Електронний ресурс] / О. Сахно. – Режим доступу : <http://issuu.com/ukmajournalist/docs/sakhno-internet-massmedia-2006>.
14. *Слюсаревський М. М.* Особливості ситуації в суспільстві як сукупність умов соціалізації дітей і молоді / М. М. Слюсаревський // Педагогічні науки : зб. наук. праць / МОН України, Херсонський держ. ун-т. – Херсон : Вид-во ХДУ, 2003. – Вип. 35 “Виховання дітей та молоді в контексті розвитку громадянського суспільства”. – С. 75–82.
15. *Готов М. Б.* Социодинамическая концепция “мозаичной культуры” А. Моля как прообраз ее виртуальной модели / М. Б. Готов // Виртуальное пространство культуры : материалы научн. конф. 11–13 апреля 2000 г. – СПб. : Санкт-Петербургское филос. об-во, 2000. – С. 64–66.
16. *Гусельцева М. С.* Постмодернистские перспективы развития психологии / М. С. Гусельцева // Теория и методология психологии: Постнеклассическая перспектива / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. – М. : Ин-т психологии РАН, 2007. – С. 45–73.
17. *Запорожан В.* Ноосферное мышление Вернадского / В. Запорожан // Зеркало недели. – 2013. – 16 марта. – С.11.
18. *Кравченко С. А.* Модерн и постмодерн: “старое” и новое видение / С. А. Кравченко // Социс. – 2007. – №9. – С. 24–34.
19. *Моль А.* Социодинамика культуры [Электронный ресурс] / А. Моль. – Режим доступа : http://yanko.lib.ru/books/cultur/mol_sociodinamika_cult-a.htm.
20. *Пригожин И.* Порядок из хаоса / И. Пригожин, И. Стенгерс. – М. : УРСС, 2003. – 274 с.
21. *Социальная психология* / под ред. С. Московичи. – 7-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 592 с.
22. *Giddens A.* The Consequences of Modernity / A. Giddens. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – 186 p.
23. *Handbook of children and the media* / Dorothy G. Singer, Jerome L. Singer, editors. – 2-nd ed. – Los Angeles ; London ; New Delhi ; Singapore ; Washington DC: Sage, 2012. – 803 p.
24. *European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129(INI))* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-ТА-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN>.
25. *Pavlik J. V.* Journalism and New Media / J. V. Pavlik. – New York : Columbia University Press, 2001. – 246 p.
26. *Prigogine I.* Is Future Given? / Ilya Prigogine. – Singapore : World Scientific, 2003. – 145 p.
27. *Pungente J.* Media Literacy Resource Guide / J. Pungente, B. Duncan. – Toronto : Ontario Ministry of Education, 1989. – 232 p.
28. *Wingfield B.* The Worst Jobs for the 21st Century [Электронный ресурс] / B. Wingfield. – Режим доступа : http://www.forbes.com/2007/10/08/jobs-employment-economics-biz-wash-cx_bw_1009worstjobs.html. Доступ 10.09.07.

Слюсаревский Н. Н. Медиаориентационная функция образования как ответ на вызовы информационной эпохи

В статье предлагается рассматривать медиаобразование как точку, в которой сходятся острейшие проблемы современного мира, современных медийных практик и современного образования. Следовательно, чтобы осознать всю полноту содержания, целей и задач медиаобразования, надо попытаться ответить на вопросы: “Что происходит с современным миром?”, “Что происходит в сфере современных медиа?” и “Что происходит сегодня с образованием?”. В процессе поиска ответов на эти вопросы автор обосновывает медиаориентационную функцию образования, которая должна пронизывать весь учебно-воспитательный процесс. Показано, что медиаобразование является важнейшим способом институционализации данной функции.

Ключевые слова: современный мир, современные медиа, современное состояние образования, медиаориентационная функция образования, медиаобразование, задачи школьного медиаобразования.

Slyusarevsky M. M. Media-Oriental Function of Education as an Answer to Challenges of the Information Era

In the article I consider media education as a cross point of the most acute problems of the modern world, modern media practices, and present-day education. Therefore, in order to embrace its content in full, as well as aims and objectives of the media education, one should try to answer the questions: “What is shaping the present-day world?”, “What is going on in with modern media?”, “What is happening with education today?”. In my search for the answers to these questions, I substantiate the media-orientational function of education, which should pervade the entire educational process. It is shown that media education is the most important tool to institutionalize this function.

Key words: modern world, modern media, the present-day state of education, media-orientational function of education, media education, objective of media education in school.

© Слюсаревський М. М.

Л. А. Найдьонова

**ПЕРЕГЛЯД ТЕЛЕБАЧЕННЯ І ЗАЙВА МАСА ТІЛА ДИТИНИ:
ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ**

Здійснено аналіз механізмів впливу медіа на ризик набуття надлишкової маси тіла дітьми різного віку. Запропоновано огляд зарубіжних досліджень зв'язку дитячих медіапрактик із розвитком дитячого ожиріння. Подано аналіз результатів всеукраїнського репрезентативного опитування батьків з проблеми впливу медіа на дитину. Виявлено позитивний кореляційний зв'язок між тривалістю перегляду телепередач та індексом маси тіла для хлопчиків дошкільного, молодшого шкільного віку (передпубертат) і старшокласників. Встановлено, що в зону найбільшого ризику потрапляють хлопчики 4–6 років у сім'ях, які не мають традиції організовувати дозвілля дитини на повітрі у спіль-