

4. Колгурина Т.В. Формирование конкурентоспособности студентов – выпускников вузов физической культуры: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. / Т.В. Колгурина – СПб., 2002. – 137 с.
5. Оглоблин К.А. Опережающая стратегия подготовки педагогов физической культуры на основе непрерывного здоровьесформирующего образования. автореф. дисс. ... доктора пед. наук: спец. 13.00.08 / К.А. Оглоблин – СПб., 2008. – 43 с.
6. Педагогическое физкультурноспортивное совершенствование: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Ю.Д. Железняк, В.А. Кашкаров, И.П. Кравцевич / Под ред. Ю.Д. Железняка. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 384 с.
7. Сущенко Л.П. Професійна підготовка майбутніх фахівців фізичного виховання та спорту (теоретико-методологічний аспект): монографія / Л.П. Сущенко – Запоріжжя: Запорізький державний університет, 2003. – 442.
8. Про формування здорового способу життя дітей та підлітків і заборону тютюнокуріння в навчальних закладах та установах МОН України: Наказ МОН України №612 від 10.09.03 // Інформаційний збірник Міністерства освіти і науки України. - 2003. - №20. - С. 29-30.
9. Актуальні проблеми здоров'я та освіти дітей на початку 21 століття: Спільна сесія АМН та АПН України //Педагогічна газета. - 2001. - №8. - С.1-2

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Турчак Анатолій Леонідович – кандидат педагогічних наук, професор кафедри педагогіки та освітнього менеджменту, декан факультету фізичного виховання Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Коло наукових інтересів: фізичне виховання учнівської та студентської молоді

ЗАСТОСУВАННЯ ЦІННІСНО-ОРІЄНТАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗМІ У ВИХОВАННІ СТАРШОКЛАСНИКІВ

Світлана ШАНДРУК

У статті автором робиться спроба розкрити виховний потенціал засобів масової інформації у контексті їх впливу на формування ціннісних орієнтацій молоді.

Ключові слова: ціннісно-орієнтаційний потенціал, засоби масової інформації, старшокласники.

В статті автором делается попытка раскрыть воспитательный потенциал средств массовой информации в контексте их влияния на формирование ценностных ориентаций молодежи. Ключевые слова: ценностно-ориентационный потенциал, средства массовой информации, старшеклассники.

Постановка проблеми. Масова інформація має потужний виховний ціннісно-орієнтаційний потенціал і соціальну зумовленість. За допомогою її засобів набувають масового тиражування моральні, естетичні, духовні цінності та соціальні норми. Розповсюдження інформації за допомогою масових комунікацій є засобом політичного, економічного, морального, естетичного, художнього та інших впливів на свідомість і життєдіяльність людей.

Масова комунікація орієнтується на задоволення потреб і запитів різних суспільних верств населення. Спільна колективна діяльність людей

в умовах високого рівня розподілу праці та концентрації матеріального й духовного виробництва породжує “споживачів” масової інформації, свої глядацькі та слухацькі аудиторії. Завдяки ЗМІ люди отримують доступ до цінностей культури, підвищують свій рівень соціального розвитку. Все більше утверджується думка про те, що людство перебуває на початку розвитку “третьої” системи культури – культури засобів масової комунікації, або *інформаційної культури*. Масова комунікація дає змогу сучасній людині встановлювати та підтримувати зв’язок з широким соціальним середовищем, кордони якого розміщені далеко за межами їх безпосереднього оточення.

Аналіз досліджень і публікацій. Значний внесок у розробку проблеми масової інформації як інституту соціалізації, так і фактора виховання ціннісних орієнтацій молодій людині, внесли такі відомі сучасні вчені, як: І.Бех, Ю.Гальперін, Л.Гордін, І.Кон, В.Ксенофонов, В.Москаленко, О.Первишева, Л.Сніжко та інші (аналіз проблеми виховання молоді, принципи взаємодії соціальних інститутів, фактори та умови виховання); В.Гуров, І.Левшина, І.Зверева, В.Лізанчук, А.Толстих, А.Харчев, С.Хлебик та інші (аналіз різних змістових аспектів засобів масової інформації й комунікації); Л.Біла, І.Дубровицький, Г.Камаєва, Л.Масол, О.Педіско, Т.Сущенко та інші (нові форми роботи з організації навчально-виховного процесу й дозвілля старшокласників).

Мета статті. Проаналізувати педагогічні умови й шляхи виховання ціннісних орієнтацій старших школярів засобами масової інформації

Виклад основного матеріалу. Як особливий вид соціального спілкування, масова комунікація здійснюється в масштабах усього суспільства, виступає найважливішою умовою суспільного і культурного розвитку (А.Москаленко, Л.Губерський, В.Іванов, М.Маклюєнн, О.Тоффлер та ін.). [2, 52].

За умов гуманізації, гуманітаризації суспільства і його відкритості засоби масової комунікації стали все активніше впливати на виховання ціннісних орієнтацій і одночасно сприяти формуванню задатків і здібностей молодій людині. У молодіжному середовищі все більшого значення набувають сучасні, електронні ЗМІ, в яких неабияку роль відіграють культурні форми, котрі традиційно вважались і вважаються дозвіллевими, розважальними. Це кіно, телебачення, відео, комп’ютерні ігри тощо. Це певною мірою пояснюється рівнем технічного розвитку суспільства, а “відступ” сучасної молоді, наприклад, від книги на користь телебаченню свідчить про суттєві зміни в ціннісних орієнтаціях сучасного юнацтва. Проте, деякі дослідники цієї проблеми (Л.Масол, І.Зверева, Н. Миропольська, Г.Шевченко та ін.) вважають, що кіно та відео заміняють читання у тих соціально-культурних прошарках населення, які

й раніше читали небагато. А в деяких випадках відео стимулює інтерес до читання. Так, екранізація класичних і сучасних художніх творів посилює бажання глядача краще зрозуміти побачене, прочитати твір в оригіналі. Цього погляду ми будемо дотримуватися при подальшому визначенні педагогічних умов виховання ціннісних орієнтацій молоді засобами масової інформації. Останні створюють для молодої людини специфічний інформаційний світ, а використання різних інформаційних джерел формує й різні інформативні сфери усвідомлення світу, визначає її ціннісні орієнтації.

Певна річ, що розповсюдження відео і телепродукції створило нову ситуацію у формуванні ціннісних орієнтацій молодих людей. Адже в недалекому минулому цей процес залежав від реальних умов нашого життя, а тому потреби й ціннісні орієнтири не набагато перевищували можливості їх реалізації. Приклади ж сучасного життя, що пропагуються у відеотеках і відеозалах, досить ідеалізовані, бо вони не відповідають можливостям сім'ї переважної частини населення. Водночас юнаки та дівчата, на жаль, ще не здатні усвідомити й тим більше розв'язати це протиріччя, що також є важливим питанням сучасної психолого-педагогічної науки та практики.

Не менш важливого значення для сучасної молоді набуває комунікативна функція техносфери. Як засвідчує педагогічна практика, більша частина школярів використовує телебачення, прослуховування музичних творів як своєрідну компенсацію дефіциту міжособистісного спілкування.

Крім того, розвиток техносфери породжує й нові можливості дозвіллевої діяльності, сприяє створенню відповідних умов аксіологічного виховання учнівської молоді, збагачення її культурного, словникового запасу, оволодіння широким колом інформації. Водночас сучасна техносфера формує свою аудиторію – пасивного споживача (глядача, слухача). Чи стане молода людина як споживач продукції масової комунікації активним творцем цінностей культури, залежить від багатьох чинників, у тому числі від: 1) особистого життєвого й культурного досвіду молодої людини; 2) ціннісних орієнтацій школярів у сфері матеріальної та духовної культури; 3) якості інформації; 4) умов, за яких молодь сприймає і користується ЗМІ.

Адепти нової соціологічної теорії “інформативного суспільства” відводять засобам масової комунікації визначальне місце в системі суспільних відносин, оскільки вони перетворилися на необхідний елемент повсякденного життя. У зв'язку з прогресуючою “технологією життя”, початком “комп'ютерної ери” не припиняються дослідження, які розглядають проблеми виховання молоді за цих умов. Нові технології,

насамперед мікроелектроніка, все активніше застосовуються майже в усіх типах навчально-виховних закладів, а також у сфері дозвілля молоді. Комп'ютерна ера, незважаючи на низку переваг, що вона надає, породжує урбаністичне дитинство, часто негативно впливає на психічний, емоційний і фізичний розвиток школярів. Проведення учнями значної частини дозвілля вдома за комп'ютером, біля телевізора веде до погіршення стану їх здоров'я, зниження інтересу до читання, спорту, до активних форм відпочинку тощо.

Аналізуючи підростаюче покоління, дослідники проблем виховання називають молодь, яка вступила в життя після 70-х років, “поколінням електроніки й засобів масової інформації” (Р.Вінкель). Сьогодні поділяється думка, що сучасне молоде покоління є важким з погляду його освіти й виховання, але причини цього стану трактуються неоднозначно.

Так, для одних ці причини криються у важких соціально-психологічних умовах (Г.Андреєва, Н.Богомолова, Л.Петровська, Х.Онашовський, І.Кон та ін.). Інші (І.Вітаньї, С.Плотникова, В.Лісовський, М. Пряжников, М.Шевандрін та ін.) звинувачують насамперед тих, хто винайшов нові технології, ЗМІ й цим спричинили до “позбавлення дітей дитинства” [1]. Певна річ, відверто непристойні відеофільми, фільми жахів тощо небезпечні для юнаків і дівчат з високою збудливістю. Як відзначають спеціалісти, пристрасть до таких програм провокує асоціативну поведінку, агресивність, жорстокість, вандалізм, злочинність і призводить до серйозних патологічних наслідків.

На жаль, і сьогодні індустрія розваг продовжує спрямовувати ЗМІ на формування в молоді соціальної, політичної й духовної апатії, пасивності примітивних смаків, інтересів, потреб і ціннісних орієнтацій, зневажливого ставлення до справжньої культури, своєї історії, сучасних досягнень людської цивілізації. Так, на думку “Національної Асоціації навчальних закладів США”, більша частина самогубств, до яких вдаються підлітки, пов'язані зі станом депресії, викликаной відеопродукцією [3, 24–26].

Масова культура справляє величезний вплив на всю культуру в цілому. Їй властива тенденція до гомогенізації, тобто прагнення надавати культурним явищам однорідності. На відміну від елітарної культури, тобто культури, орієнтованої на смаки обраних, масова культура свідомо орієнтує поширювані нею духовні цінності на середній рівень масового споживача. Таким чином, бажання надати всім елементам культури системи однорідності та абсолютної схожості – змістова характеристика масової культури. Наділяючи різні культурні явища певною ціннісною нейтральністю, роблячи основну ставку на видовищність, масова культура орієнтується в своєму впливові на стереотипи свідомості,

стандартні штампи, не вимагаючи від людини витрат розумової енергії, почуттів, волі тощо.

Певна внутрішня спорідненість існує між масовою культурою та контр-культурою, яка, виникаючи із суспільної потреби протистояння, постає в певних контрформах культури – інституту юродства, феномена року, панків тощо. Вважається, що контр-культура являє собою ліворадикальну ідеологію протесту, витoki якої досить різномірні й еkleктичні: деякі філософські концепції, окремі традиції утопічної думки, елементи раннього християнства та східних релігійно-містичних учень, авангардні ідеї тощо. Зокрема, в такому феномені контр-культури, як рок-культура, музика є зовсім не головною. Основне тут моральна позиція протистояння, тип існування, “неписаний кодекс честі” тощо. Культура протистояння стара, як світ, і в усіх випадках – це особливий вид морального протесту, в якому сам процес, сама його атмосфера важливіші за результат.

Педагогічну громадськість серйозно турбує те, що справжнє мистецтво як джерело духовного розвитку молоді поступається в своєму виховному впливові. Найбільше нарікань з цього приводу отримує школа за те, що вона погано вчить, не розвиває інтересів до книги, серйозного мистецтва. Адже зміни в ціннісних орієнтаціях сучасної молоді не доречно пояснювати лише об’єктивним впливом науково-технічного розвитку суспільства. Сучасному вихователю необхідно враховувати й ті зміни, які відбуваються в змісті функціонування засобів комунікації, соціально-психологічних механізмів сприйняття їх школярами.

Водночас слід зауважити, що, незважаючи на постійне зростання значущості освіти, виховна роль вітчизняної школи зменшується. Індустріальне, а нині вже і постіндустріально-інформаційне суспільство, зменшило вплив традиційних інститутів виховання. На зміну їм прийшли спочатку тоталітарно-ідеологічні організації, а потім на базі електронних ЗМІ вирости “масова культура”, “індустрія розваг”, “індустрія свідомості” тощо. Процес соціалізації підростаючого покоління значною мірою випав з-під контролю спеціалізованих виховних інститутів, які здійснювали її протягом століть. Результати цього настільки руйнівні, що бездуховність, ціннісна аморфність, аморальність тощо загрожують процесу виховання підростаючого покоління.

Філософи, соціологи, педагоги й психологи, відтворюючи таку ситуацію, справедливо піднімають проблему суперечності між культурою й цивілізацією – в тому розумінні, що науково-технічний прогрес не супроводжується відповідним культурним, моральним, гуманітарним прогресом людства. Сьогоднішня практика індустріально-інформаційної цивілізації засвідчує: неспеціалізовані соціальні структури, що

ґрунтуються на використанні засобів масової комунікації та управлінні в корпоративно-ринкових цілях, неспроможні здійснювати функцію виховання молодого покоління достатньо ефективно. Вступ людства в еру інформаційної цивілізації принципово змінює виробничі технології, включаючи й духовне виробництво, але він не змінює сутність процесу виховання: формування людини людиною в межах спеціально створених для цього соціальних інститутів.

Це дуже непроста проблема сучасного світу. Адже культ знань, що виступає центром соціалізації та культури молоді, поступово заступається цінностями зовсім іншого ґатунку. У суспільній, а особливо в молодіжній свідомості він замінюється сьогодні іншим культом – “модною” інформацією.

Висновки. В культурі минулого авторитет школи був дуже високим, адже сама вона була свого роду унікальним інститутом знань. У наш час авторитет школи може підвищитися за умови, якщо вона стане тим центром, де молода людина не просто навчається, насичується інформацією, але й отримує уявлення про саму себе, про свої культурні схильності, за допомогою яких знайде свій “культурний код” (М. Князева), самовизначиться в культурі й соціумі. Виробляючи нову педагогічну стратегію, ми повинні навчати учнів не тільки споживати культуру, а й орієнтуватися в ній, відбирати справжні цінності. Необхідно дати молодій людині той особистісний імпульс, той заряд, який, поступово розкриваючись, поведе учня за спіраллю неперервної самоосвіти, саморозвитку, самовдосконалення, самовиховання.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Витаньї И. Общество, культура, социология / Общ. Ред. С.Н. Плотникова. – М.: Прогресс, 1984. – 286 с.
2. Масова комунікація: Підручник / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Іванов, В.А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
3. Соколов К.Б. Социальная эффективность художественной культуры: Процессы распространения и освоения художественных ценностей. – М.: Наука, 1990. – 244 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Шандрук Світлана Іванівна – кандидат педагогічних наук, доцент, докторант кафедри педагогіки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Коло наукових інтересів: порівняльна педагогіка, ціннісне орієнтування молоді.