Подаряща О. І.,
старший викладач Відокремленого підрозділу Львівська філія Київського національного університету культури і мистецтв

Podaryashcha Oksana,
senior lecturer separate division Lviv branch of Kyiv National University of Culture and Arts

УДК 316.4.3.78

Формування комунікативних зацікавлень молодіжної аудиторії як наукова проблема

Forming of communication interests of youth audience as a scientific problem

РЕФЕРАТ. Проаналізовано ступінь розробленості комунікативістикою проблеми формування комунікативних зацікавлень молодіжної аудиторії. Запропоновано структуру масових та елітарних комунікативних характеристик. Виокремлено негативні комунікативні етапи розвитку молодіжного соціуму.
Ключові слова: аудиторія, комунікація, масовий, молодь, соціум.

ABSTRACT. The level of development by communication science of the problem of formation of communication interests of the youth audience is analyzed. The structure of elite and mass communication characteristics is represented. The negative communication stages of development of the youth society is determined.
Keywords: audience, communication, mass, youth, society.

Вступ. Критерієм освіченості особистості, її інтелігентності виступає ступінь залучення людини до духовних цінностей, гуманістичних ідей на тлі характерних для нашого часу максимального прагматизму та раціоналізму, в ситуаціях, які характеризуються як духовний надлом особистості – та й взагалі, у ході трансформаційних перетворень в українському суспільстві. Сучасна парадигма розвитку медіа сама визначає стратегічну мету піднесення системи формування комунікативних зацікавлень молодого покоління України: забезпечення можливостей постійного доступу до мас-медіа, самовдосконалення особистості, формування певного інтелектуального та культурного потенціалу в контексті національних цінностей українського народу. Саме тому й зрозуміло, що в комунікативному сенсі виникає нагальна потреба домогтися оновлення змісту шкільних навчальних програм і підручників, загальний комунікативний супровід життя школярів, що в контексті вимог до сучасного суспільного буття забезпечило б включення підростаючого покоління в комунікативну діяльність.

Широковідома в Україні програма медіаграмотності завдяки зусиллям Академії української преси вже набула позитивного розголосу. Численні публікації та конференції, майстер-класи та зустрічі з фахівцями засвідчили широке зацікавлення процесами впровадження медіаграмотності в український шкільний освітній простір. Ключовою характеристикою медіаграмотності в Україні є просування такої комунікативної практики, у ході якої кожна молода людина мала б можливість соціально визначити цінності й сенс приватного життя, міжособистісних стосунків, моралі, побутової етики, тобто чітко засвоїти повсякденний пласт спілкування. У той самий час суспільне буття й свідомість являють собою сукупність спеціалізованих сфер комунікації, що містять процеси соціального порядку, політичної й правової взаємодії, а також філософії, соціології, психології тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На серйозному науковому рівні аналізована проблема не розглядалась. Винятком може слугувати кандидатська дисертація Н. Іллюк [3], Щодо формування комунікативних зацікавлень молодої аудиторії людини, нарисів і обрисів її кому-

© Подаряща О. І., 2015

нікативних уподобань, духовні відчуття та переживання дійсності, – все це хоч і розроблено в українському журналістикознавстві, але доволі слабо, а тому потребує більш детального аналізу. Так, можна згадати дослідження таких учених, як В. Зенькович, І. Ільїн, В. Соловйов, Г. Сковорода, С. Франк, П. Юркевич. Ідея єдності й взаємообумовленості комунікативної практики як методологічної основи потенційного формування духовного світу молодої людини, яка охоплює всю її сутність у постійному розвиткові, русі й діяльності, включаючи систему навчальних і виховних проблем розглянуто в роботах М. Бердяєва, І. Вернадського, В. Соловйова, П. Флоренського та інших науковців.

Вивчення сучасної літератури комунікативно-філософського спрямування дає підстави дійти висновку, що в її змісті досліджується духовно-культурний вимір комунікації як реальності морального самовизначення особистості. У працях філософів київської світоглядної школи, таких як Є. Бистріцький, В. Козловський, Б. Кримський, В. Малахов, Ю. Осичнюк, С. Пролєєв, В. Табачковський, М. Тарасенко, В. Шинкарук, О. Яценко, знаходимо продовження започаткованого цілою низкою медіафілософів морально-практичного та онтологічного розуміння комунікації, соціально-культурних умов становлення та реалізації світогляду, який в результаті вільного комунікативного вибору стає «святинею духу» та основою суб'єктивного комунікативного самовизначення людини.

Науковий аналіз літературних джерел дає підстави зазначити, що, розвиваючись історично, феномен комунікативних зацікавлень має свою внутрішню логіку. Зацікавлення можуть ототожнюватись з усім, що було створено людиною, а також з потенційним особистісним аналізом людської активності (спілкування, поведінка, діяльність), завдяки якій створюється така сфера людського буття, яка формується комунікативними засобами. Ось чому представники української філософської школи характеризували феномен комунікативних зацікавлень саме як здатність особистості до самовизначення в універсумі буття. Що ж до поняття «комунікативні зацікавлення», то воно розроблено в науці досить слабо.

Мета статті – показати підходи до формування комунікативних зацікавлень представників молодої аудиторії у ході навчання для усвідомлення особистістю своєї комунікативної покликаності та потенційної зацікавленості тими проблемами, які порушує комунікація.

Об'єктом дослідження обрано молодь як важливий складник аудиторії.

Предмет дослідження – особливості комунікативних зацікавлень молодої аудиторії як вагомий аспект спілкування.

Методика дослідження. Методологія дослідження ґрунтується на використанні загальнонаукових та спеціальних методів. Методологічна база поєднує такі методи наукового пізнання, як історичний та порівняльно-історичний, а також методи класифікації та групування. Історичний та порівняльно-історичний методи використовувалися з метою аналізу та систематизації даних щодо становлення та розвитку комунікативних зацікавлень. Метод порівняння застосовувався для виявлення спільних і відмінних рис різних моделей комунікативних очікувань молодіжної аудиторії.

Результати й обговорення. Людина з'явилася на світ як духовна істота, бо всі душевні здібності були дані їй перш за все для «благого і відповідального служіння». Саме завдяки цьому вона отримала шанс стати соціально-культурним суб'єктом, здатним створювати цінності, що є основою для регуляції людської поведінки у всіх її проявах, професійної діяльності, прийняття рішень у ситуаціях вибору. Категорія цінності, ціннісних орієнтацій є найскладнішою у філософії, соціології, культурології, педагогіці та психології.

Вікові аспекти проблеми спілкування недостатньо розроблені в науці. Дуже цікаве дослідження здійснила Е. Огар [6]. Утім основна причина цього полягає в тому, що дана проблема є на межі соціальних комунікацій та психології. Ця проблема може бути вирішена на основі розробки ідей, частково, теорії спілкування.

На етапі юнацького віку підвищується роль соціального спілкування. Особистість використовує певні способи й прийоми з метою утвердження себе. Велике значення в функціонуванні цього типу спілкування мають також етичні чинники.

Російський учений А. Бодалєв вивчав спілкування в юнацькому віці (від 15 до 17 років). Він визначив зародження форми дистанційного спілкування, пов'язаного з статевими відмінностями. Висвітлив особливості прояву почуттів сором'язливості й ніяковіння в спілкуванні різних статей [1, с. 32–34].

Його співвітчизниця Л. Буєва показала, що в студента-першокурсника виникає гостра потреба в спілкуванні. Статус у групі зумовлюється не стільки навчальними успіхами, скільки комунікативними здібностями. Однак більш детально це питання ще не вивчено [2, с. 45].

О. Арцишевська та М. Кабардов наголошують, що розкриття свого «Я» іншій людині є ознакою сильної й здорової особистості. В іншому випадку особистість втрачає енергію для побудови неправдивого, зовнішнього «Я». Саморозкриття можливе лише в тому випадку, якщо воно є функцією існуючих взаємовідносин: коли взаємовідносини між людьми будуються на основі взаємного при-

йняття, коли воно проходить поступово, і людина здатна відчути, який вплив здійснює саморозкриття на слухача [4].

Юнацький вік серйозно змінює структуру й зміст взаємовідносин з дорослими, ставлячи перед батьками і вчителями певні проблеми. Це не означає неминучість сварок і конфліктів. Але щоб зберегти психологічний контакт з ровесниками, вчителі й батьки повинні серйозно враховувати подорослішання дітей, відмовляючись від авторитарних методів виховання.

Які комунікативні характеристики є типовими для молодої аудиторії?

По-перше, спілкування з ровесниками. Це дуже важливий специфічний канал інформації, по ньому юнаки та юнки пізнають багато невідомих речей, які з тих чи інших причин їм не повідомляють дорослі. Необхідною є інформація про людську особистість і міжособистісне спілкування в ранній юності – віці підвищеної рефлексії, коли спілкування відіграє важливу роль і в межах вибіркове.

По-друге, специфічний вид діяльності й міжособистісних відносин. Це групова гра й інші види сумісної діяльності, які виробляють в учнів необхідні навики соціальної взаємодії, вміння підкоритись колективній дисципліні, і в той же час відстоювати свої права, зіставляти особисті інтереси з суспільними. Поза суспільством ровесників, де взаємовідносини будуються принципово на рівних початках і потрібно заслужити статус і вміти підтримати інших, учень не може виробити необхідні дорослому комунікативні якості.

По-третє, специфічний вид емоційного контакту. Усвідомлення групової належності, солідарності, товариської взаємодопомоги не тільки полегшує автономізацію від дорослих, але і дає важливе почуття емоційного благополуччя й стійкості. Чи зумів він заслужити повагу й любов товаришів, має вирішальне значення для юнацької самоповаги. У спілкуванні з іншими людьми кожен займає певні позиції, виконує соціальні ролі. Ролі можуть розкривати особистість повніше, а можуть і маскувати її. Але вибір позицій, ролей обов'язково залежить від сутності самої людини, її сили, слабкості, рівня інтелекту, самокритичності, гнучкості поведінки, здатності бачити себе зі сторони.

Що ж стосується культурних форм спілкування представників молодіжної аудиторії та основних властивостей цих форм, то з інформаційно-семіотичної точки зору форми культури – це форми, в яких існує, зберігається і розвивається інформаційно-знаковий зміст суспільного життя [7, с. 47]. Вони виступають засобами, за допомогою яких визначають умови, необхідні для задоволення й розвитку людських потреб і здійснюється «програмне забезпечення» життєдіяльності.

Соціально-комунікативні характеристики суспільного розвитку привели до того, що – за аналогією з масовою та елітарною культурою – на сучасному етапі в кожній достатньо розвинутій культурі виділяється як її особлива форма масова й елітарна комунікація [7, с. 48]. Елітарні форми культури та комунікації створюються і використовуються певною привілейованою частиною суспільства або на її замовлення професійними творцями [7, с. 52–53].

Подібний стан розвитку комунікатив актуалізує проблему цінностей і в освітній галузі, стимулює їх переоцінку й осмислення. Те, що зовсім недавно сприймалось як непохитні канони, тепер викликає сумнів у їх значущості й доцільності. У комунікативній діяльності простежується ціннісний нігілізм, цинізм, метушня у виборі цінностей, екзистенціальний вакуум та багато інших симптомів соціальної патології, яка виникла на ґрунті зламу ціннісної основи, змістового голодування і вивиху світогляду. Як наслідок цього – деформація самосвідомості молодої людини, відчуження особистості від власної професійної діяльності.

Характеризуючи соціальні зміни в українському суспільстві, можна виділити такі негативні комунікативні етапи розвитку соціуму:

– на першому етапі відбувалося знецінення, девальвація незаперечних цінностей, доведення неправильності соціальних ідеалів, соціально прийнятих раніше цілей, що призвело до стану фрустрованості особистості (розгубленості, підвищення занепокоєння, протилежних прагнень та ін.);

– для другого етапу характерне відчуття апатії, байдужості, депресії, покірності долі, зумовлених тим, що нові тенденції та можливості не могли бути відразу засвоєними й реалізованими у власній активній життєвій позиції;

– на третьому етапі конфліктне зіткнення старого з новим призвело до соціальних суперечностей, відчуття внутрішнього напруження, пошуків того, кого можна було б звинувачувати у негараздах (що й зумовило загострення міжособистісної несумісності);

– на четвертому етапі регресивні тенденції зростали (знижуються не тільки соціальний, а й індивідуальний самоконтроль, втрачається гострота переживань з приводу порушення моральних норм, етики поведінки й стосунків, регресують естетичні смаки [8, с. 167–169].

Висновки. Узагальнюючи вищезазначене, можна твердити, що в українському сегменті журналістикознавства питання формування комунікативних зацікавлень молодіжної аудиторії розглядається лиш фрагментарно, окремими авторами. Зокрема, аспект естетичного виховання як невід'ємної складової частини формування елітарної комунікативної практики протягом

останнього століття аналізувався як важливий чинник загального процесу формування особистості людини, а це пояснюється універсальною та інтегральною сутністю соціально-комунікативного аспекту елітарної культури.

Перед нами – перспектива вивчення цілої низки контекстних особливостей функціонування комунікативних зацікавлень молодіжної аудиторії у зв'язку зі структурою, типологією та змістовими характеристиками мас-медіа, які становлять основу їхніх комунікативних зацікавлень.

Список джерел

1. Бодалев А. А. Личность и общение / А. А. Бодалев. – М.: Международная педагогическая академия, 1995. – 296 с.

2. Буева Л. Л. Человек: деятельность и общение / Л. Л. Буева. – М.: Мысль, 1978. – 328 с.

3. Іллюк Н. О. Медіаосвіта юних журналістів України в системі соціальних комунікацій (на прикладі Київського інформаційно-творчого агентства "ЮН-ПРЕС") : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соціальних комунікацій : спец. 27.00.01 / Н. О. Іллюк ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2015. – 17 с.

4. Кабардов М. Н. Типы языковых и коммуникативных способностей и компетенции / М. Н. Кабардов, Е. В. Арцишевская // Вопросы психологии. – 1996. – № 1.

5. Кондрацька Л. Художня епістемологія культури у вимірі педагогіки: моногр / Л. Кондрацька. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2002. – 408 с.

6. Огар Е. І. Новітня українська дитяча книга: соціокультурний, комунікативний та видавничий виміри : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.01 / Е. І. Огар; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2013. – 32 с.

7. Подольська Є. А. Культурологія: навч. посібник / Є. А. Подольська, В. Д. Лихвар, К. Д. Іванова. – 2-ге вид. перероб. та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 392 с.

8. Семиченко В. А. Психологія педагогічної діяльності / Навч. пос. – К.: 2009. – 278 с.

Sources and literature

1. Bodalev A.A. Lichnost' i obshhenie / A.A. Bodalev. – M.: Mezhdunarodnaja pedagogicheskaja akademija, 1995. – 296 s.

2. Bueva L.L. Chelovek: Dejatel'nost' i obshhenie / L.L. Bueva. – M.: Mysl', 1978. – 328 s.

3. Illiuk Nadiia Oleksiivna. Mediaosvita yunykh zhurnalistiv ukrainy v systemi sotsialnykh komunikatsii (na prykladi Kyviskoho informatsiino-tovrchoho ahentstva "IuN-PRES") : avtoref. dys... kand. nauk iz sotsialnykh komunikatsii : 27.00.01 / Nadiia Oleksiivna Illiuk; ; Kyiv. nats. un-t im. T. Shevchenka. - Kyiv, 2015. – 17 st.

4. Kabardov M.N., Arcishevskaja E.V. Tipy jazykovyh i kommunikativnyh sposobnostej i kompetencii / E.V. Arcishevskaja, M.N. Kabardov // Voprosy psihologii. – 1996. – № 1.

5. Kondratska Liudmyla. Khudozhnia epistemolohiia kultury u vymiri pedahohiky. Monohrafiia. – Ternopil: Navchalna knyha – Bohdan, 2002. – 408 s.

6. Ohar Emiliia Ihorivna. Novitnia ukrainska dytiacha knyha: sotsiokulturnyi, komunikatyvnyi ta vydavnychyi vymiry : avtoref. dys. ... d-ra nauk iz sots. komunikatsii : 27.00.01 / E. I. Ohar; Kyiv. nats. un-t im. T. Shevchenka. - K., 2013. - 32 c. - ukp.

7. Podolska Ie.A., Lykhvar V.D., Ivanova K.D. Kulturolohiia / K.D. Ivanova, V.D. Lykhvar, Ie.A. Podolska : Navch. Posibnyk; Vyd. 2-e, pererob. ta dop. – K.: Tsentr navchalnoi literatury, 2005. – 392 s.

8. Semychenko V.A. Psykholohiia pedahohichnoi diialnosti / Navch. pos. – K.: 2009. – 278 s.

Наукові записки Інституту журналістики. Том 61. 2016. Листопад – грудень.

Подаряща О. И.

Формирование коммуникативных интересов молодежной аудитории как научная проблема

РЕФЕРАТ. Проанализирована степень разработанности журналистиковедением проблемы формирования коммуникативных интересов молодежной аудитории. Предложена структура массовых и элитарных коммуникативных характеристик. Выделены негативные коммуникативные этапы развития молодежного социума.

Ключевые слова: аудитория, коммуникация, массовый, молодежь, социум.