

Ключевые слова: экологическое мышление, биосфера, экологическая культура, охрана природы, экологическая деятельность.

Nikulina O. D. The Professional Training of Future Teachers of Primary School to the Ecological Education of Pupils

The article deals with the problem of preparing future teachers for forming the ecological culture of pupils of primary school at classes and after school. The author gives the world-wide ecological situations which demand the changes of human mentality in the sphere of nature protection. The value of nature in the hierached system of co-existence land development is shown.

The content of some methodies of teaching school subjects is analyzed. Their potential in the ecological education of pupils of primary school is highlighted. The role of the traditions of the Ukrainian people in relations with the natural environment is determined.

Key words: biosphere, conservancy, ecological activity, ecological mentality, ecological culture.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2013 р.

Прийнято до друку 26.04.2013 р.

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

УДК 378.015.31:316.42

М. В. Соннова

ВПЛИВ СУЧАСНОГО МЕДІА ПРОСТОРУ НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ПЕДАГОГА

Серед інститутів суспільного виховання засоби масової інформації і пропаганди являють собою одну із найбільш сучасних, безумовно дійових і самих масових форм залучення молодого покоління до соціально-політичних, громадянських, моральних і культурних цінностей. Зацікавленість у перетворенні сучасних медіа у максимально ефективний інститут суспільного виховання все частіше проявляється у друкованих виступах і на педагогічних форумах. Засоби масової інформації роблять вагомий внесок у формування громадянської компетентності учнівської молоді взагалі й студентської молоді тощо. Наймобільнішими засобами естетичного, морального і громадянського виховання молоді є радіо і телебачення.

Метою даної статті є виявлення ролі та можливостей сучасних медіа щодо формування громадянської позиції та громадянської культури майбутніх педагогів.

Наукові дослідження проблем медіа освіти взагалі та соціокультурного потенціалу телебачення зокрема акцентують увагу на

пізнавальному, естетичному та моральному потенціалі телеінформації. Місце телебачення у системі сучасної комунікації, телекомунікацію як соціокультурний феномен вивчали В. Зубицька, І. Мащенко, М. Назаров, Ю. Омеляненко, В. Саппак, А. Фірсов, Ю. Шерковин, О. Юрловський; вітчизняний та світовий досвід медіа освіти, взіємозв'язок телебачення та освіти висвітлюють у своїх роботах А. Дилижан, О. Нечай, О. Самарцев, О. Федоров, О. Шариков, Є. Черкашин; роль телебачення у вихованні учнівської молоді характеризують С. Дорогий, В. Лизанчук, Т. Свистельникова, Г. Усова; використання телебачення у навчально-виховному процесі школи та ВНЗ розглядають Л. Баженова, Т. Берсенєва, В. Волинський, М. Волович, Н. Головка, Л. Прессман, В. Соскін, О. Степанов, Г. Франко, О. Шариков. Теоретико-методологічне підґрунтя для визначення місця телебачення в медіаосвіті майбутніх педагогів ґрунтовно представлено у дослідженнях російських вчених О. Федорова, О. Спичкіна, О. Шарикова, І. Челишової та ін.

У контексті завдань підготовки майбутніх педагогів і формування в них громадянської культури медіа освіта розуміється як процес розвитку особистості майбутнього педагога за допомогою та на матеріалі засобів масової комунікації (медіа): розвиток культури спілкування з медіа, повноцінного сприймання різноманітної інформації, уміння критично осмислювати, аналізувати та оцінювати інформацію.

Сприйняття інформації молодого людиною, що транслюється по радіо, телебаченню, публікується у друці, проходить через різноманітні аналізатори, що викликає зміни у її переробці. Кожна ланка усієї системи засобів масової інформації має свою специфіку, переваги й недоліки.

Телебачення і радіо впливають на велику аудиторію. Їх соціальні функції – організаторська, пропагандистсько-агітаційна, науково-пізнавальна, комунікативна і, як найзначніша і найскладніша, що поєднує усі попередні, – виховна – співпадають. Вплив радіо і телебачення на слухачів і телеглядачів здійснюється у двох сферах: раціональній і емоційній. Впливаючи на розум і почуття, соціальна інформація у вигляді мовних та образотворчих повідомлень завдяки сприйняттю та інтерпретації, виступає у свідомості особистості у вигляді ціннісних духовних установок. Так, радіо і телебачення належать до найбагатшого арсеналу засобів освіти і виховання.

Завдяки таким особливостям, як мобільність, варіантність, оперативність, наочність, документальність, доступність, збільшується роль цих засобів масової інформації у процесі формування особистості. Активізація, посилення впливу телебачення і радіо на соціалізацію молодого покоління пов'язані з ускладненням педагогічного використання цих вагомих інструментів виховання, якщо мати на увазі не весь процес, а тільки окремі його складові – світогляд і громадянську культуру.

Чим точнішою є інтерпретація ідейного замислу комунікатора, що втілений у передачі, тим повнішим є соціалізуючий вплив радіо і

телебачення. Інтерпретація радіо- і телевізійних повідомлень зумовлюється не тільки цілеспрямованою наповненістю самого тексту, але й відносно загальним рівнем інтелектуальної емоційної готовності особистості, певним комплексом мовних вмінь, які пов'язані з своєрідністю фізичного і психічного розвитку, а також сукупністю протиріч, які виникають у процесі соціалізації молодого людини.

Специфіка сучасних засобів масової комунікації визначається особливостями розвитку суспільства. Помітна тенденція зростання влади аудіовізуальних мас-медіа на рівні символізації суспільного життя, надання їм статусу каталізатора суспільних процесів, індикатора успішності соціокультурного розвитку країни. Тотальне зростання телеаудиторій за останні десятиріччя зумовило пріоритет телебачення як способу формування певної картини світу, програмування норм і оцінних суджень стосовно різних аспектів життя людини (політика, сімейний добробут, професійна сфера тощо). Трансляція через телекомунікативні мережі моральних і естетичних норм, утвердження статусних позицій політичних течій, владних структур та ін. приводить до особливої ролі усієї системи мас-медіа у формуванні свідомості молодих людей.

Сьогодні одним із найбільших за обсягом інформаційних джерел формування соціально-громадянської компетенції учнівської молоді є телебачення. Період соціальної трансформації в Україні, для якого характерні складні соціополітичні відносини, приводить до актуалізації потенціалу телебачення та інших засобів масової інформації як визначального чинника конструювання соціокультурної реальності, вагомого фактору медіа освіти студентської молоді, формування її громадянської культури.

Сучасні засоби масової інформації (друковані засоби, відеопродукція, телебачення, радіомовлення) займають значне місце у формуванні ціннісних орієнтацій майбутніх педагогів. Саме через відеокультуру відбувається процес укорінення цінностей та моделей поведінки, що домінують у певний час розвитку суспільства. Зв'язки між молодим поколінням та глобальною медіа системою дуже суперечливі. З одного боку, молодь має широкі можливості для поширення кругозору, знайомства з іншими культурами, моральним баченням світу іншими людьми, включення в освітній простір на основі сучасних інформаційних технологій (дистанційне навчання, мультимедіапродукти освітнього характеру, навчальні та розвиваючі програми тощо). З іншого боку, комерційні засади більшості медіаструктур (відео прокат, супутникове та кабельне телебачення, радіо) створюють умови для проникнення антигуманних, антидуховних, аморальних відео-, теле- і радіопрограм до самого широкого кола молоді.

Доведено, що під впливом високохудожніх, ідейно-виразних різноманітних радіо- і телепередач у людини розвивається уявлення, пробуджується необхідність виразити своє ставлення до факту, події, явищу. Таке сприйняття теле- і радіоінформації сприяють духовному

збагаченню, внутрішньому вдосконаленню молоді, що надає можливості кожному індивіду критично аналізувати різноманітні, іноді протилежні враження буття, виробляти свою систему поглядів, інтереси, ціннісні орієнтації.

На активну особистість телебачення впливає досить позитивно. Завдяки виборчому „спілкуванню” з телевізором і сприйняття інформації соціальної та громадянської спрямованості у таких людей розвивається самостійність суджень, а також здібність до аналітичних розмірковувань. Молоді люди прагнуть реалізувати нові знання, ще більшому навчитися. Такий інтерес примушує до активних дій, до пошуку нової, більш об’ємної інформації. Проте, безконтрольне перебування частини молодих людей перед телевізором, „всеядність” або, навпроти, спрямованість їх інтересів тільки на розважальні програми ведуть до пасивного та бездумного сприйняття телепередач. Пасивні ж молоді люди стають ще більш пасивнішими, коли „спілкування” з телевізором хаотичне й не вибірково. Такі люди стають так званими „телеманами”.

Поряд з цим, у сучасному освітньому просторі серед функцій масмедіа в цілому і телебачення зокрема все більше уваги приділяється культуротворчій, перетворюючій, стимулюючій функціям.

Ефективність впливу сучасних масмедіа на формування громадянської культури студентської молоді залежить від наступних факторів, які можуть бути розглянуті тільки у їх єдності: суб’єкту впливу, тобто ідейного і професійного рівня підготовки передач; об’єкту впливу, тобто систематичного сприйняття молодими людьми телепередач; сили соціального та емоційного резонансу на їхню інформаційну насиченість; ступеня безпосереднього використання телепередач у навчально-виховному процесі.

Для того, щоб судити про ефективність будь-якого процесу або діяльності, треба чітко уявляти результат, що очікуємо і мати можливість порівняти з ним той, що досягнутий фактично. Оцінка ефективності впливу телебачення на формування громадянських переконань і громадянської культури майбутніх педагогів є найбільш складною проблемою. Її рішення пов’язане з тим, що: по-перше, у науковій літературі ще не виявлено критеріїв ефективності телепропаганди; по-друге, у зв’язку з масовістю та безіменністю суб’єктів ускладнюється аналіз характеру дій молодих людей під впливом телепередач.

В. В. Лизанчук пропонує наступні критерії ефективності впливу радіо- і телепередач на соціалізацію особистості:

1. „Підвищення інтересів”. Він дає можливість определити динаміку розвитку інтересу до повідомлень соціально-громадянської спрямованості у залежності від якості матеріалів, інтелектуальної та емоційної готовності студентів.

Молодим людям з багатогранним духовним життям присутня широка гама інтересів водночас з їх активністю й стійкістю. Розвинуті інтереси стимулюють пізнавальну діяльність студентів, надають їй

цілеспрямованого характеру, виступають як форма реалізації потреб у нових знаннях суспільного життя. Інтерес проявляється у виборчому відношенні до телепередач з ціллю одержання об'єктивної інформації з великої кількості питань, що сприяють розширенню інтелектуальних, волевих, моральних, творчих можливостей саморегулювання поведінки згідно суспільним вимогам і особистим громадянським переконанням.

2. „Свідоме ставлення до набуття знань”. Цей критерій надає можливості виявити вплив телебачення на придбання знань про ті чи інші факти, події, явища об'єктивної дійсності, завдяки яким формується впевненість особистості у необхідності нових знань.

3. „Активізація участі у суспільному житті”. Цей критерій відображає вплив телебачення на розвиток громадянської активності майбутніх вчителів. Показником цього критерію ефективності є участь студентів у житті колективу академічної групи, активні громадянські дії.

Безпосередній прояв засобів масової інформації завжди специфічний. Для виявлення ефективності впливу радіо і телебачення на формування громадянської свідомості і громадянської культури майбутніх педагогів, маємо проаналізувати співвідношення тієї сфери діяльності, яка знаходить відображення у смисловій, змістовній характеристиці спонукання, зі сферою дійсності, у якій розгортаються реальні події життя молодого людини. При цьому враховуються перш над усе психологічні ефекти задоволення від інформації, що очікується: 1) утилітарний (задоволення від інформації, необхідної при вирішенні різноманітних життєвих, соціальних і побутових проблем); 2) престижний (задоволення від інформації, яка прямо чи косвено підтримує цілі і цінності соціальної групи, до якої належить або прилічує себе реципієнт); 3) ефект посилення позиції (задоволення від інформації, яка підтримує думку з будь-якого суперечного питання); 4) емоційний ефект (задоволення від емоційної розрядки); 5) естетичний (радість естетичного збагачення).

Соціальні й громадянські цінності здатні формувати лише ті телепередачі, які доходять до серця і свідомості молодого людини. При цьому ідеальним ми вважаємо таке розуміння телеінформації, коли у юнака чи дівчини виникає почуття причетності або ілюзія участі у події, що показується; коли вони усвідомлюють зв'язки та відносини повідомлення, що сприймається з дійсністю і таким чином придбають новий соціальний досвід.

Підвищення ефективності ідеологічного впливу телебачення залежить також і від форми подачі матеріалу. На питання, чому серед фільмів, які подобаються сьогодні молодим людям, вони обирають майже тільки іноземні стрічки, респонденти вказували на те, що ці фільми вигідно відрізняються від вітчизняних культурою виробництва, привабливістю форми, незвичайністю сюжету, динамізмом та ритмом, високим професіоналізмом, вражаючою розкішшю інтер'єрів. Але ж саме за цим часом важко помітити відсутність думок чи убогість

пропагованих ідеалів. Практика прориву на телеекрани насильства, еротики, патології примітивів масової культури неоднозначно засвідчує, наскільки згубно вони впливають на життя і поведінку молоді. І саме це робить подібного роду продукцію небезпечною для формування світогляду молодої людини, її моральних та громадянських переконань. Поряд з цим немало керівників телекомпаній, кінофірм категорично заперечують залежність насильства і злочинності на телеекрані і тим, що виникає у реальному житті. Однак аналіз повсякденного життя і поведінки молоді свідчить про протилежне.

Серед вітчизняної і російської кіно- і телепродукції студенти вказують на те, що дуже велике враження на них оказують фільми і телепередачі про Велику Вітчизняну війну, про її героїв, про людей, які в екстремальних умовах виявили такі якості, як мужність, відвагу, героїзм, вміння долати труднощі. На питання, чому саме ця тема викликає інтерес, більшість юнаків і дівчат наголошують на тому, що з війною пов'язані долі їх рідних і близьких людей, що багато чого вони дізналися ще у дитинстві від своїх бабусь і дідусів. На цьому прикладі ми переконалися, що телепередача чи фільм викликає інтерес і може бути внутрішньо відчута молодою людиною тоді, коли висвітлюється близька і не байдужлива тема, інтерес до якої зародився ще у дитинстві, завдяки сімейному вихованню.

Використання у телепередачі емоційного елементу сприяє посиленню її пізнавальної цінності, а також ефективність її впливу на формування громадянської культури. При цьому емоційність комунікативного процесу передбачає не пафос або сентиментальність, а свого роду збагачення раціонального зерна інформації яскравими деталями. У сучасних умовах – при величезній кількості джерел і великому об'ємі інформації, що пропонується – без емоційності повідомлень, створення проблемної ситуації дуже важко залучати й утримувати увагу молодіжної аудиторії і багато разів викликати необхідні реакції, добиватися їхньої трансформації у стійкі установки, ставлення, думки, поведінку.

Таким чином, коли мова йде про формування громадянської позиції та громадянської культури майбутніх педагогів, то радіо і телебачення відіграють у цьому процесі величезну роль, бо вони прищеплюють ставлення до реального життя, виховують ідеали, духовні потреби. Цікаві пізнавальні програми збагачують різноманітним фактичним матеріалом, що сприяє розвитку пізнавального інтересу, залучають до соціально-історичного досвіду, сприяють розвитку соціальної і громадянської активності. Телепередачі, що висвітлюють гострі соціально-політичні та морально-естетичні проблеми, сприяють розвитку соціально-політичної активності, впливають на формування громадянської самосвідомості і громадянської культури.

Список використаної літератури

1. Кудін В.О., Кудін О.В. Розум і безпутство відео буму. – К.: Т-во „Знання” УРСР.-48с.- (Сер. 5 “Вдумливим, допитливим, кмітливим” (ВДК) ; № 13).
2. Лизанчук В.В. Внимание: включен приёмник
3. Саппак В. С. Телевидение и мы: четыре беседы. – М., 1988.
4. Фёдоров А. В. Медиаобразование будущих педагогов. – Таганрог,2005.

Соннова М. В. Вплив сучасного медіа простору на формування громадянської культури майбутнього педагога

У статті розкривається значення засобів масової інформації для формування та розвитку особистості студента – майбутнього педагога, вказується на місце сучасних масмедіа у загальному процесі формування громадянської позиції та громадянської культури майбутніх вчителів та вихователів.

Ключові слова: громадянська культура, громадянська позиція, мас-медіа.

Соннова М. В. Влияние современного медиа пространства на формирование гражданской культуры будущего педагога

В статье раскрывается значение средств массовой информации для формирования и развития личности студента – будущего педагога, указывается на место современных масс-медиа в общем процессе формирования гражданской позиции и гражданской культуры будущих учителей и воспитателей.

Ключевые слова: гражданская культура, гражданская позиция, масс-медиа.

Sonnova M. V. Influence of Modern Media Space on Forming of Civil Culture of Future Teacher

In the article the value of mass medias opens up for forming and development of personality of student - future teacher, specified into place of modern mass-media in the general process of forming of civil position and civil culture of future teachers and educators.

Key words: civil culture, civil position, mass-media.

Стаття надійшла до редакції 05.04.2013 р.

Прийнято до редакції 26.04.2013 р.

Рецензент – к. п. н., доц. Желанова В. В.