

Можливості впливу телевізійних ЗМІ на формування толерантності студентів вищих навчальних закладів

У статті автором проаналізовано соціально-педагогічні можливості впливу засобів масової інформації на формування толерантності та світоглядних позицій студентів вищих навчальних закладів. Автор розглядає засоби масової інформації як один із чинників соціалізації молоді. В роботі проаналізовані як позитивні, так і негативні можливості телебачення. Автор досліджує можливості долучення телебачення до виховання та освіти, формування світогляду студентів вищих навчальних закладів.

Ключові слова: толерантність, студентський вік, світогляд, формування світогляду.

Постановка проблеми у загальному вигляді... Одним з найбільш впливових інститутів виховання в сучасному суспільстві є засоби масової інформації. Це найбільш доступний, поширений і популярний засіб інформування та розваги. Сьогодні багато дослідників говорять не тільки про величезний, але і визначальний вплив засобів масової інформації на розвиток підлітків, їх поведінку і свідомість. Займаючи лідируюче місце в житті сучасних підлітків, засоби масової інформації стають одним з найважливіших агентів виховання.

Засоби масової інформації (ЗМІ) – технічні засоби (преса, радіо, телебачення), за допомогою яких здійснюється розповсюдження інформації (знань, духовних цінностей, моральних і правових норм і т. п.) на розосереджені аудиторії.

Засоби масової інформації стали серйозними каналами трансляції нових смислів, образів, моделей поведінки. Про зростаючу роль друку, радіо і телебачення в суспільному житті країни свідчать їхній бурхливий ріст, поширеність і доступність масової інформації. Друковане слово, телевізійне зображення здатні в найкоротші терміни досягти найбільш віддалених районів, проникнути в будь-яку соціальне середовище.

Широкі можливості засобів масової інформації викликають необхідність вивчати механізми їх функціонування і розвитку, ефективність впливу на молодь.

Аналіз досліджень і публікацій... Найбільш активно розробка проблеми вивчення студентства ведеться з 60-х років минулого століття. В радянський період вона позначена роботами Б.Рубіна, Ю.Солесникова, А.Власенко. В Україні студентська проблематика вивчалась та вивчається представниками різноманітних суспільних дисциплін і, в першу чергу, педагогами та соціологами. Серед сучасних дослідників цієї тематики слід відзначити В.Андрющенко, А.Алексюка, В.Курила, С.Харченка та ін.

Проблеми позитивного та негативного впливу телебачення останні два десятиліття теж стають предметом дослідження психологів, педагогів, філософів. С.Г.Кара-Мурза аналізує маніпулятивні можливості телебачення, науковець досліджує засоби впливу на людину через телеекран. До цікавого висновку приходять К.Гаврилов. На його думку, світ, який сприймає сучасна людина – споживач ЗМІ – звужився до масштабів певної телевізійної передачі або випуску теленовин. Такої ж точки зору і В.А.Кудін, який досліджує виховні та освітні можливості електронних ЗМІ. Я.В.Шведова розглядає соціально-педагогічний вимір телебачення та тележурналістики. Досліджуючи телепродукт, який виходить в ефір загальноукраїнських телеканалів, вона розкриває можливості ТБ як соціального педагога. На наш погляд, необхідно на основі проаналізованих як позитивних, так і негативних можливостей телебачення розглянути можливості долучення телебачення до виховання та освіти студента, формування світогляду молодої людини.

Формулювання цілей статті... Мета нашого дослідження – дослідити особливості впливу телебачення на поведінку та свідомість молодої людини, розглянути соціально-педагогічні можливості впливу телевізійних ЗМІ на формування толерантності молодої людини – студента ВНЗ.

Виклад основного матеріалу... Розглянемо функції, які виконують засоби масової інформації в суспільстві, які його потреби і потреби особистості вони задовольняють. Розгляд цих функцій допоможе в розумінні можливостей їх виховного впливу на психіку людини. Функції ЗМІ можна розділити на три основні групи:

- задовольняють потреби людини як індивіда, як особистість;
- задовольняють потреби певних соціальних груп і людини як члена групи;

– задовольняють потреби суспільства в цілому як цілісної соціальної й відповідно людини як члена суспільства.

У зв'язку з тим, що засоби масової інформації мають публічний і масовий вплив, вони повинні, задовольняючи потреби суспільства в цілому і різних соціальних груп, викликати інтерес і у значних масових аудиторій.

Іншими словами, для того, щоб реалізувати свої соціальні функції по завоюванню інтересів суспільства в цілому і різних соціальних груп, масова інформація повинна враховувати потреби і психологічні особливості людей. У даний час немає загальноприйнятої класифікації функцій ЗМІ як психологічних і соціально-психологічних. В той же час, вивчаючи підходи різних авторів, можна зробити висновок, що в основному за змістом вони співпадають, хоча є відмінності по кількості, назвах і критеріях їх виділення. Те ж саме можна сказати і відносно потреб та звернення людей до засобів масової комунікації.

На основі даних і їх узагальнення можливо виділити три основні потреби людини, що примушують її звертатися до ЗМІ: потреба в інформаційному зв'язку з навколишнім світом і, відповідно, в постійному оновленні інформації, потреба в розвагах, потреба у відверненні (відході від повсякденних справ і повсякденності навколишнього життя).

При реалізації потреби у відверненні людина може дивитися програми, слухати радіопередачі або читати газети, які не викликають у неї інтересу, а допомагають психологічно ізолюватися від навколишнього оточення.

Задоволення потреби в розвазі допомагає іноді емоційно розрядитися, гасити психоемоційну напруженість (психічні стани негативного характеру), створювати певну психоемоційну «стимуляцію» для подальшої активної повсякденної діяльності за умови, що задоволення даної потреби не стає основною метою і сенсом діяльності людини і, відповідно, основною функцією проведення часу.

Потреба в постійному інформаційному зв'язку і постійному притоці інформації з різних засобів масової інформації необхідна людині для реалізації цілей:

1. Орієнтування в сучасній ситуації і соціальному середовищі, а в основному плані – соціалізації в суспільстві (засвоєння індивідом цінностей, установок, зразків поведінки, властивих даному суспільству);

2. Розвитку загального кругозору, по суті, замінюючого процес навчання і здобування загальної освіти, що підвищує актуальний рівень особистості в цілому;

3. Вирішення повсякденних практичних проблем.

4. Підвищення професійного рівня (за рахунок спеціалізованих періодичних видань і інших засобів масової інформації).

Розглянемо, які потреби соціальних груп повинні задовольнятися засобами масової інформації в цивілізованому демократичному суспільстві. Нормування громадянського суспільства і демократичних начал у функціонуванні держави припускає об'єднання громадян на основі усвідомлення і захисту своїх інтересів в різні соціальні суб'єкти суспільно-політичної і соціально-економічної діяльності – професійні союзи, соціально-демографічні і національно-етнічні групи населення, партії, рух, асоціації, об'єднання за інтересами і тому подібне. У комплексі вони представляють основний спектр різноманітних інтересів різних верств населення, з урахуванням яких здійснюється їх взаємодія один з одним, з різними соціальними інститутами, суспільством і державою в цілому.

Формування і нормальне функціонування у відповідності з цільовим призначенням цих соціальних суб'єктів практично неможливе або дуже утруднене за відсутності доступу до засобів масової інформації. Таким чином, задовольняючи потреби різних соціальних груп, мас-медіа у разі дійсного виконання ними декларованої ролі демократичного інституту, на яку вони претендують в суспільстві як четверта влада, повинні реалізовувати принаймні дві основні соціальні функції.

По-перше, доведення до широких верств населення і суспільства в цілому інтересів і позицій з різних питань різноманітних соціальних суб'єктів. Дану функцію можна умовно позначити як публічно-представницьку або презентаційну.

По-друге, для залучення і об'єднання на основі загальних інтересів однодумців представники різних суспільних груп повинні мати можливість доступу до засобів масової інформації. Таким чином, мас-медіа повинні здійснювати функцію формування, конституювання різних соціальних суб'єктів в суспільстві і сприяти нормальній їх взаємодії. Дану функцію умовно можна позначити як організаційну. Розглянемо, які основні функції повинні реалізовуватися засобами масової інформації в суспільстві для забезпечення нормального функціонування і розвитку в цілому.

Однією з найважливіших таких функцій є забезпечення соціального контролю в суспільстві, який здійснюється за допомогою публічного формування про діяльність різних соціальних

суб'єктів, органів влади і управління, економічних структур, найважливіші події, що відбуваються в суспільно-політичній, соціально-економічній і в інших сферах життя суспільства. ЗМІ проводять власні розслідування, публічно інформуючи про їх результати. Не дивлячись на відсутність можливостей адміністративних і економічних засобів впливу, на відміну від державних і господарських органів контролю, контроль засобів масової інформації буває не менш ефективний, оскільки він містить моральну оцінку і спирається на громадську думку, роль якої в демократичній державі достатньо висока, особливо напередодні виборних кампаній. Розглядаючи засоби масової інформації як чинник соціалізації, треба мати на увазі те, що безпосереднім об'єктом дії потоку їх повідомлень є не окремих індивід, а свідомість і поведінка великих груп людей, які складають аудиторію того або іншого конкретного засобу масової інформації читачі однієї газети, слухачі певної радіостанції, глядачі тих або інших телеканалів. Але дві обставини дозволяють вважати, що, принаймні, сьогодні і в найближчому майбутньому ЗМІ є, головним чином, мезофактором соціалізації. А оскільки основну масу населення цікавлять, в першу чергу, події повсякденного життя, остільки цей вибір здійснюється частіше на користь регіональних ЗМІ, і доносять відповідну інформацію.

Сучасна молодь, якій належить жити в епоху нових технологій, – це не споживачі, що роблять вибір серед предметів споживання, але і учасники соціального і культурного співтовариства, в якому формування і цінність структур безпосередньо залежить від ЗМІ. Щоб не створити людини як придаток техніки, необхідно розвивати творчу індивідуальність молодої людини. Тому необхідна чітка позиція з боку уряду як основного контролю над засобами масової інформації і комунікації, так і відносно оптимального використання їх потенціалу для виховання повноцінного молодого покоління, здатного гідно зустріти виклик майбутнього.

«Освіта» сьогодні – це вміння вести активну оборону від потоку засобів масової інформації. «Активну» – тому, що від потоку потрібно не відгороджуватися, а сміло черпати з нього, фільтрувати і брати, по можливості, все, що в нім знайдеться хай і не «вічного», але хоч би «розумного, доброго», або, в гіршому разі, корисного. Іншими словами, зробити так, щоб в результаті цієї освіти людина могла із знанням справи користуватися ЗМІ, що оточують її, а не навпаки. У США протягом 10 років (починаючи з 1986 р.) велося організоване Фондом Карнегі велике дослідження підлітків у віці з 10 до 14 років. Доповідь, опублікована в жовтні 1995 р. вражає у багатьох відношеннях, зокрема нас цікавить один висновок: «Телебачення не використовує своїх можливостей у вихованні і дає їжу найбільш негативним моделям соціальної поведінки... Пасивне споглядання реклами може обмежити критичне мислення підлітків і стимулювати агресивну поведінку».

Особливо вигідним товаром виявляються для ТБ саме образи, заборонені для споглядання культурними заборонами. Перелік таких образів весь час розширюється, і вони стають все більш руйнівними. Проста порнографія і насильство вже приїлися, пошуком табу, що залишилися в культурі, і художніх образів, які б їх порушували, зайнята величезна маса талановитих людей.

Особливості сучасного етапу розвитку українського суспільства характеризуються переходом від звичайної пропаганди, суб'єктом якої стають ЗМІ, до відвертого інформаційного терору. На споживача, особливо глядача телевізійної інформації обрушився потік повідомлень різнобічного характеру, систематично далекий від об'єктивності. За умов відсутності виваженої, об'єктивної інформації зробити свідому оцінку отриманої інформації не завжди можливо. Досить активний користувач масової інформації – молодь. Телебачення привертає увагу молодих людей своїми терапевтичною, рекреативною, розважальною, естетичною, пізнавальною, інформаційною, комунікативною функціями. Перегляд телевізійних програм стає для них своєрідною звичкою. Молоді люди, які пережили перше телевізійне десятиріччя, природно всмоктали в себе невтримну пристрасть до глибокого втягування, яке змушує всі віддалені цілі звичайної культури здаватися не тільки нереальними, а й безжиттєвими. Однак сьогодні значна частина молоді не готова до повноцінного життя в інформаційному суспільстві, їй не вистачає відповідних знань та умінь у галузі медіа. Просто споживати інформацію вже не достатньо, треба вміти «читати між рядками».

Студентський вік є визначальним у процесі становлення людини як громадянина. Студент – від латинського – той, хто вивчає. Недарма в Давньому Римі та в середні віки студентами називали будь-кого, хто зайнятий процесом пізнання. Але саме в період навчання у вищому навчальному закладі у сучасної молодої людини формуються соціальні властивості, моральні принципи, громадські інтереси, політичні уподобання. Нині суспільство дає навчальним закладам якісно нове соціальне замовлення – створити всі передумови для розвитку вільної, творчої, готової до саморозвитку, самовиховання особистості, яка була б здатна захищати і відстоювати власні позиції, керуючись загальнолюдськими принципами і нормами, взятими на озброєння усім цивілізованим світом [3]. Система вищої освіти – своєрідний ланцюг, який поєднує соціальну структуру суспільства і його потреби у спеціалістах з інтересами та потребами молоді, яка обирає

життєвий шлях. Соціалізуючись і засвоюючи інтелектуальний багаж людства, студент фактично готується до процесу відтворення засвоєних знань, норм, цінностей на наступних етапах життєвого розвитку. Під час навчання у ВНЗ відбувається інтенсивне політичне формування особистості. Це пов'язано між іншим і з тим, що студент перебуває в сприятливому інтелектуальному та культурному середовищі, яке формує його життєві принципи, громадянські ідеали та професійні вміння та навички. З іншого боку, саме в студентський вік особистість формується фізіологічно, психологічно, соціально.

Переважає більшість дослідників студентського віку визначає студентство як певну соціальну групу. Мобільна соціальна група, метою існування якої є організована за певною програмою підготовка до виконання високих професійних і соціальних ролей у матеріальному й духовному виробництві. Студентство – особлива соціальна група, яка формується з різних соціальних верств суспільства й характеризується особливими умовами життя і побуту, особливою суспільною поведінкою й психологією, для якої набуття знань і підготовка до майбутньої роботи в суспільному виробництві, науці й культурі є головним і в основному єдиним заняттям.

Висновки з описаного дослідження... Отже, студентство виконує в суспільстві певну соціальну роль. По-перше, це навчально-професійна діяльність та опанування майбутньої професії. По-друге, активна участь у справах всього суспільства, особливо під час соціально-політичних перетворень. Практично завжди студентство виступало як організована політична сила, здатна не тільки ставити, але й розв'язувати масштабні політичні завдання. По-третє, це збереження духовних традицій суспільства та формування його інтелігенції. У більшості сучасних країн студентство являє собою відкриту соціальну групу, яка формується за рахунок кращих представників різних верств суспільства. При цьому студентство перманентно мінливе за своїм персональним, соціальним, статевим складом і цілком змінюється за п'ятирічний цикл. За цей період з різноманітного в соціальному плані конгломерату першокурсників формується єдиний за своїми професійно-світоглядними характеристиками новий соціальний прошарок – інтелігенція. Студентству, як специфічній соціальній групі, властиві такі риси як відносна автономність, підвищена суспільно-політична активність, наявність власної субкультури, революційність мислення, недостатність поваги до чужих поглядів.

При всій сталості принципів рис студентство як соціальна група в незалежній Україні набуло певних принципів перетворень. В поведінці сучасних студентів все менше романтизму і все більше практицизму. Вони більше відкриті світу і загальним світовим тенденціям. Сучасний український студент – це переважно самостійна людина, дуже добре озброєна знаннями сучасних інформаційних технологій. Чимало дослідників студентства та й звичайних сучасників закидають студентській молоді низьку культуру та запити, які орієнтовані на дозвілєву галузь.

Підсумовуючи вище сказане, можемо зробити висновок, сьогодні телебачення є одним з головних сфер впливу на поведінку та свідомість молодого людини. Ефект присутності, властивий телебаченню, здатний увести молоду людину від реального та об'єктивного світосприйняття. Це особливо небезпечно саме в студентському віці, коли молода людина формується як громадянин, як активний член суспільства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Абакумова И. В., Ермаков П. Н. О становлений толерантной личности в поликультурном образовании / И. В. Абакумов, П. Н. Ермаков // Вопросы психологии. – 2003. – № 3. – С. 78–82.
2. Асмолов А. Г. Толерантность: от утопии к реальности / А. Г. Асмолова // На пути к толерантному сознанию. – М. : Смьсл, 2000. – 255 с.
3. Бал Г. О. Про співвідношення принципів і толерантності / Г. О. Бал / Педагогіка толерантності. – 1997. – № 1–2. – С. 110–111.
4. Безлюлева Г. В. Нужна ли нам толерантность? / Г. В. Безлюлева, Г. М. Шаламова // Профессиональное образование. – 2003. – № 8. – С. 26.
5. Бех І. Д. Виховання особистості / І. Д. Бех // Особистісно орієнтований підхід: науково практичні засади. – К. : Либідь, 2003. – Кн. 2. – 344 с.
6. Бобрицька В. Здоров'я в ієрархії цінностей майбутніх учителів / В. Бобрицька // Рідна школа. – 2003. – № 10. – С. 67–69.
7. Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других / В. В. Бойко – М. : Филин, 1996. – 472 с.
8. Декларация принципів толерантності // Освіта України. – 2003. – № 4. – С. 4–5.
9. Зазнобина Л. С. Медиаобразование в школе: как выжить в мире СМИ? [Человек] / Л. С. Зазнобина // М., 1999. – № 1. – С. 107–113.
10. Клещова Е. Ю. Психология и педагогика толерантности / Е. Ю. Клещова. – М. : Академический Проект, 2004. – 176 с.

Анотація

С.І.Якименко

Возможности влияния телевизионных СМИ на формирование толерантности студентов высших учебных заведений

В статье автором проанализированы социально-педагогические возможности влияния средств массовой информации на формирование толерантности и мировоззренческих позиций студентов высших учебных заведений. Автор рассматривает средства массовой информации как один из факторов социализации молодежи. В работе проанализированы как положительные, так и отрицательные возможности телевидения. Автор исследует возможности присоединения телевидения к воспитанию и образованию формирования мировоззрения студентов высших учебных заведений.

Ключевые слова: толерантность, студенческий возраст, мировоззрение, формирование мировоззрения.

Summary

S.I.Yakimenko

Potential of Media Impact to the Formation of Students Tolerance

In this article the author considers the social and educational opportunities of impact the media to formation of students tolerance and ideological positions. The author considers mass media as element of socialization of young people. Both positive and negative television possibilities to consider possibilities of involving television to upbringing and education the formation of ideology of the young man are analyzed in the article.

Key words: tolerance, students' age, world outlook, world outlook formation.

Дата надходження статті: «30» січня 2013 р.

УДК 37.036:784.4(045)

Г.В.ЯКІВЧУК,

кандидат педагогічних наук, доцент;

Л.А.ВРОДА,

викладач

(м.Хмельницький)

Цінності українського музичного фольклору в процесі виховання майбутнього вчителя музики

У статті розглянуто цінності українського музичного фольклору та їх вплив на виховання майбутнього вчителя музики. Авторами проаналізовано та наголошено на значущості можливостей основних цінностей фольклору (історична, світоглядна, виховна, моральна, естетична, креативна). Обґрунтовано внутрішні виховні можливості та цінності, закладені в українському музичному фольклорі, які допоможуть в досягненні завдань сучасної вищої освіти з виховання людини, яка володіє новим мисленням, глибоко усвідомлює єдність і взаємозалежність світу, здатність жити в гармонії з самим собою, творчо використовує ціннісний потенціал музичного фольклору у виховній практиці.

Ключові слова: музичний фольклор України, майбутній вчитель музики, цінності українського фольклору (історична, світоглядна, виховна, моральна, естетична, креативна).

Постановка проблеми у загальному вигляді... Важливою ланкою виховання творчої особистості вчителя є його залучення до культури свого народу.

Серед загальнонаціональних культурних цінностей, таких як мова, живопис, прикладне мистецтво, архітектура та інші, особливе місце належить українському музичному фольклору. Про його виняткову цінність наголошували багато прогресивних діячів, педагогів, музикантів, етнографів, вважаючи фольклор духовним конденсатом нації та звуковою пам'яткою минулих століть.

Цінності музичного фольклору співпадають із виховними завданнями сучасного суспільства, із процесами підготовки творчої особистості майбутнього вчителя. Утвердження ідеї самоцінності особистості як гуманістичної мети прогресивного розвитку нашої держави підсилюють важливість комплексної розробки проблеми творчої особистості вчителя. Державна національна програма «Освіта» (Україна XXI століття) передбачає: «...створення умов для професійної свободи, творчого пошуку, ініціативи педагогів, прискорення суспільної апробації, відбору і селекції педагогічних новацій» [2, с.44].

Саме пізнання українського фольклору виступає однією з характеристик засвоєння особистістю цінностей культури.