

ТВОРЕННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЗАСОБАМИ СУЧАСНОЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглядаються питання творення віртуальної педагогічної реальності засобами сучасної масової комунікації. Визначається її роль, значення та особливості застосування у професійно-педагогічній підготовці майбутніх учителів.

Ключові слова: віртуальна педагогічна реальність, масова комунікація, інтернет-технології, професійно-педагогічна підготовка, майбутній педагог.

Суспільство ХХІ сторіччя справедливо називають інформаційним, оскільки на сучасному етапі інформація стала чи не найважливішим чинником його функціонування. Інтелектуальна потреба отримання нових знань як одного з механізмів, що зумовлює існування і подальший розвиток суспільства, задовольняється у суспільстві – сукупності індивідів, що його утворюють, головним чином, за допомогою засобів масового інформування (ЗМІ) – друкованих та електронних. Масова комунікація у сучасному розумінні з'явилася порівняно недавно, але за дуже короткий час вона набула такого поширення в усіх галузях людського існування, що зараз практично неможливо уявити собі існування суспільства без інформації та засобів її масового розповсюдження, які постійно удосконалюються у бік оперативності та зручності.

Масова комунікація – це певний інституціолізований макропроцес виробництва, розповсюдження та обміну інформації, який здійснюється за допомогою певних технічних засобів та технологій. Інформуючи людину про світові та локальні події і заповнюючи її дозвілля, засоби масового

інформування впливають на систему її мислення, світогляд, культуру. Поширення впливу ЗМІ означає формування деякої семантичної метамови. Сучасний стан суспільств та національних культур показує, що вони навіть за процесу внутрішньої самоізоляції перебувають під впливом процесу глобалізації [2].

Матеріальною передумовою виникнення масової комунікації є створення технічних пристроїв (передусім радіо), що дозволило швидко інформувати велику кількість людей. Так виник особливий вид людської діяльності, що здійснюється з метою впливу на об'єктивно не пов'язані соціальні групи і окремих індивідів для масовості їх свідомості та поведінки.

На початку свого розвитку масова комунікація розглядалася більшістю дослідників як новий спосіб спілкування. У цьому випадку саме надособистісна комунікація об'єднує людей через читання одних і тих самих газет, прослуховування радіопередач та перегляд телевізійних програм.

З цих міркувань насамперед розглядаються сучасні механізми формування масової свідомості з ідентичністю поглядів, оцінок і врешті-решт смаків.

Активне дослідження соціальних функцій масової комунікації дозволило не лише виділити їх, а й окреслити місце і роль в суспільстві. Так, Р. Мілс розглядає масову комунікацію як відбиття концентрації влади «верхів» над «низами».

П. Лазарсфельд, Р. Мертон вбачають у ній спосіб духовного контролю над масами. Х. Шіллер вважає її вирішальною сферою боротьби політиків за забезпечення духовного панування у світі. Своєрідну теорію створили М. Маклауен і А. Моль. Масову комунікацію і створювану нею культуру вони розглядають майже як новий етап соціального спілкування.

На думку Б.А. Грушина, можна виділити п'ять соціальних функцій масової комунікації:

- інформаційна, призначенням якої є донесення до читацької, слухацької та глядацької аудиторії повідомлень про основні події в світі та конкретному регіоні (не випадково часто використовується термін «масова інформація»);
- функція соціалізації, що пов'язана з формуванням установок, цінностей і ціннісних орієнтацій аудиторії;
- функція організації поведінки як вплив на зміну, припинення або ж апробацію певної дії даною групою людей;
- функція створення певного емоційно-психологічного тону аудиторії, пов'язаного з переживаннями, настроєм, емоційним включенням та емоційними реакціями схвалення, захоплення, осуду тощо;
- власне функція комунікації, що вказує на посилення підтримання чи, навпаки, послаблення зв'язку між різними аудиторіями та комунікатором і аудиторією.

Американські психологи, дослідники явища масової комунікації М. Маклуен та У. Онг наголошують, що за своєю природою сучасні засоби масової комунікації занурюють людину в міф. Маса приписують засобам інформування могутність і всесильність, як саме за їх участю дізнаються майже про все, що відбувається у світі. Таким чином, для глядацької і слухацької аудиторії однаковою мірою міфом стає і саме телебачення та радіо, і та інформація, яку вони транслюють. Міфотворення перебудовує сприймання і мислення аудиторії. Швидкоплинний кліповий характер неперервного потоку повідомлень провокує особливу швидкість психічних процесів. Скорочення терміну коментарів і аналітичних програм спричинює деградацію мислення аудиторії. І як наслідок, вона стає все більш легковірною для сприйняття найрізноманітніших міфів.

Нині в науці існує сотня визначень комунікації. Ще в 70-х роках ХХ ст. Ф. Данс в статті про поняття комунікації зафіксував 95 дефініцій і згрупував їх у 15 категорій. Польська дослідниця Х. Валінська де Хакбейл у 1975 році у своїй докторській дисертації "Поняття комунікація в американській теорії масової комунікації" зафіксувала понад 200 дефініцій, що віднайшла в

американській літературі, і виділила в них 18 семантичних (значеннєвих) категорій. Польський комуніколог Т. Гобан-Клас у своєму підручнику "Засоби масової комунікації і масова комунікація" наводить сім типових визначень комунікації: комунікація як трансмісія (трансляція, передача) інформації, ідей, емоцій, умінь; комунікація як розуміння інших, коли ми й самі прагнемо, щоб нас зрозуміли (комунікація як порозуміння); комунікація як вплив за допомогою знаків і символів на людей; комунікація як об'єднання (творення спільноти) за допомогою мови чи знаків; комунікація як взаємодія за допомогою символів; комунікація як обмін значеннями між людьми, які мають спільне в сприйманні, прагненнях і позиціях; комунікація як складник суспільного процесу, який виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль тощо [3].

У навчально-виховному процесі багатьох вишів України та зарубіжжя все більш частіше застосовуються медійний простір як засіб навчання. У використанні автентичних іноземних текстів, які містяться у газетних, журнальних закордонних публікаціях міститься значний навчальний потенціал. За допомогою них студенти можуть не лише збагатити свій лексичний запас, але і деякою мірою ознайомитись із культурою країни, мова якої вивчається, менталітетом її мешканців. Такий підхід сприяє всебічному розвитку особистості, розширенні її світогляду.

Та, на жаль, сучасний медійний світ переповнений неякісною друкованою продукцією. У цьому змісті потрібно досить ретельно добирати навчальний комунікативний матеріал, визначати його вагомість у поглибленні знань студентів.

Окрім того, сучасна освіта пропонує майбутнім педагогам досить широкий спектр засобів навчання з допомогою всесвітньої мережі Інтернет. Такий засіб, крім того, що є одним із видів медійної освіти та у якому присутній великий діапазон елементів масової комунікації, спрощує доступ до зарубіжних інформаційних джерел.

Використання інтернет-технологій навчання сприяє творенню віртуальної педагогічної реальності, оскільки перебуваючи в такому просторі «тут і зараз», студентів надається можливість реального уявного діалогу культур з елементами світової масової комунікації.

В умовах відкритості суспільства, його гуманізації та демократизації засоби масової комунікації все активніше впливають на формування соціальних та педагогічних орієнтирів і водночас сприяють розвитку задатків та здібностей індивіда.

Це явище не можна оцінити однозначно (негативно або позитивно). Зараз точаться розмови проте, що в молодіжному середовищі все більшого значення набувають електронні засоби масової комунікації, в яких велику роль відіграють такі культурні форми, що традиційно вважаються «дозвільними», «розважальними». Це – кіно, естрада, телебачення, відео.

Засоби масової комунікації, якими користується підростаюча людина, створюють для неї специфічний інформаційний світ. Використання різних інформаційних джерел формує інформативні сфери розуміння світу, визначає ціннісні орієнтації молодого людини, стиль її життя.

Для того, щоб говорити про творення віртуальної педагогічної реальності, необхідно розглянути вплив засобів масової комунікації на дитину, оскільки саме вона є суб'єктом та об'єктом такого навально-виховного середовища.

Серед найпопулярніших засобів масової комунікації серед дітей молодшого та середнього віку є телебачення. Дитина може годинами проводити час, переглядаючи різні мультфільми, фільми, занурюючись у світ не реальних образів.

Проблема «дитина — засоби комунікації» ще не вивчена достатньою мірою. Хоча в цьому напрямку в багатьох країнах і ведуться серйозні психолого-педагогічні та медичні дослідження, але справжньої науки, пов'язаної із впливом всіх засобів масової інформації на процес соціалізації дітей, духовне, емоційне та моральне становлення. У комплексі заходів

важливе значення має власний приклад батьків, їх ставлення до проблеми «споживання» телепередач, посилення виховного впливу сім'ї у цьому плані. Керівник американського товариства «За телебачення для дітей» Пеггі Чарен зауважив, якщо у ваших дітей буде достатньо знань та інтересів, то вам не доведеться турбуватися проте, що вони дивляться по телевізору. Загальновідомо, що чим вищий рівень освіченості в регіоні, тим рідше дивляться там передачі по телебаченню. Багатьох глядачів вже не задовольняє зміст телепрограм. Щоб зберегти свої позиції, впливати на розум та почуття людей, телебачення перебудовується. Важливим напрямком перебудови є цілеспрямоване впровадження навчально-виховних програм. Таким чином, на місці стихійної «паралельної школи» (як за кордоном називають засоби масової інформації) виникає організована система педагогічного впливу.

Навчальне телебачення є одним із засобів становлення дитячої особистості. Воно найбільш повно відтворює прагнення школярів прилучитися до ціннісних орієнтацій дорослих. Свою історію навчальне телебачення започатковує вже з 50-х років. Тільки в США навчальні програми транслюються майже 200 телестанціями, понад 700 студій пропонують навчальні передачі за кабельними системами. У межах держави аудіовізуальне навчання координує Міністерство освіти. Впровадженням нових навчальних програм керують кілька центрів, із яких найбільш відомий знаходиться в Стенфордському університеті (Каліфорнія).

Інтенсивно поширюється навчальне телебачення в Західній Європі. Англійська компанія Бі-бі-сі виходить в ефір щорічно з навчальними програмами, обсяг яких становить понад 400 годин. Передачі дивляться практично у всіх школах. Кожний десятий заклад початкової освіти і всі середні навчальні заклади мають не тільки телеприймачі, а й записувальну відеоапаратуру.

У Франції державні станції існують уже з початку 70-х років Вони ведуть систематичні телевізійні передачі: навчальні – по неділях і вівторках,

профорієнтаційні – по середах. Більше 20 років існує Національний центр аудіовізуального навчання. У 1979 році в Міністерстві освіти створено групу, яка координує впровадження засобів телебачення у навчальні заклади країни.

Масштабним є вплив навчального телебачення в Японії. Воно повсякденно втручається в шкільне життя. З 17 до 20-ї години по п'яти каналах пропонуються різноманітні освітні програми для дітей різних вікових груп.

Пошук можливостей щодо мобілізації уваги, емоцій, інтелекту учнів за допомогою засобів масової інформації постійно триває. Вже з початку 80-х років у Франції дослідною роботою з питань аудіовізуального навчання охоплені всі загальноосвітні школи країни. У багатьох коледжах та ліцеях є автономні телевізійні системи. Педагоги Франції спочатку прагнули підвищити ефективність викладання виключно за допомогою кабельного телебачення. Але згодом було зроблено висновок про те, що таке рішення є недостатнім для вирішення нагальних проблем. Тоді виникла ідея створити фонд аудіовізуальної документації із зібраним діапозитивів, відео та звукозаписів – своєрідних досє зрізних навчальних тем і програм. Матеріали почали транслювати у класах. Другий загальнонаціональний експеримент, який тривав у Франції – «Активний юний телеглядач» – мав на меті навчити школярів «читати» телесюжети, сприяти вихованню та розвитку молоді глядацької аудиторії. Допомогу дітям надавали як учителі, так і батьки, що пройшли спеціальне стажування в аудіовізуальних навчальних центрах.

Використання телебачення та інших технічних засобів як засобів «паралельного» виховання породжувало важливі педагогічні проблеми. Особливе занепокоєння вчителів західних країн викликала загроза дегуманізації формування особистості школяра.

Суперечливий, неоднозначний характер впливу засобів масової комунікації ставить перед педагогом завдання вибудовувати виховну взаємодію з молоддю таким чином, щоб формувати активного, вдумливого, свідомого слухача і глядача. Навчити молодіжну аудиторію аналізувати потік

інформації, узагальнювати почуте і побачене, вибірково ставитися до перегляду програм можна на основі сформованих стійких визначених інтересів, ціннісних орієнтацій, установок. Педагог має розмежовувати позитивні та негативні сторони масового інформування, відокремлювати причини і наслідки їх впливу, і всіляко посилювати осмислене ставлення молоділо використання мережі масового інформування.

Дані твердження і слугують запорукою успішного творення віртуальної педагогічної реальності засобами масової комунікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Демченко С.В. Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікаційна модель) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політичних наук : спец. 23.00.02 – «політичні інститути і процеси» / С.В. Демченко. – Дніпропетровськ, 2004. – 21с.
2. Рудніченко Н. Вплив електронних ЗМІ на функціонування мови в інформаційному суспільстві [електронний ресурс] / Н. Рудніченко. – <http://vybory.org/articles/96.html>. - Заголовок з екрану.
3. Теорія масової комунікації [електронний ресурс]. – <http://www.refine.org.ua/pageid-1831-1.html>. - Заголовок з екрану.