

Г. В. Онкович – доктор педагогічних наук, професор кафедри видавничої справи та редагування Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»

Теорії медіа-освіти

Роботу виконано на кафедрі видавничої справи та редагування «КПІ»

Медіа-освіта, проголошена ЮНЕСКО одним із пріоритетних напрямів у педагогіці XXI століття, досить упевнено входить у коло сучасних гуманітарних наук як інтегративна дисципліна. Це засвідчують теорії медіа-освіти, творці яких представляють різні галузі наукового знання.

Ключові слова: медіа-освіта, теорії медіа-освіти, медіа-дидактика, медіа-дидактична теорія освіти, медіа-дидактична теорія медіа-освіти, засоби масової комунікації.

Онкович А. В. Теории медиа-образования. Медиа-образование, провозглашенное ЮНЕСКО одним из приоритетных направлений в педагогике XXI столетия, достаточно уверенно входит в круг современных гуманитарных наук как интегративная дисциплина. Об этом свидетельствуют теории медиа-образования, создатели которых представляют разные отрасли научного знания.

Ключевые слова: медиа-образование, медиа-дидактика, медиа-дидактическая теория образования, медиа-дидактическая теория медиа-образования, технологии медиа-образования, средства массовой коммуникации.

Onkovich G. V. Theory of Media Education. Media Education, declared by UNESCO as one of the priority directions in the pedagogy of the XXI century, is confident enough in terms of modern humanities as an integrative discipline. This is evidence of media education theories, the creators of which represent various fields of science.

Key words: media education, theory of education, theory of media education, theory of media didactics, technologies of media education, mass communication.

Постановка наукової проблеми та її значення. Аналіз останніх досліджень. Медіа-освіта (англ. *media education*) – напрямок у педагогіці, спрямований на вивчення масовокомунікативної та інформаційної природи ЗМІ (преси, телебачення, радіо, кіно, відео й т. ін.) і принципів їх використання для актуалізованого оволодіння основами знань. Основні завдання медіа-освіти: підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різноманітної інформації, навчити людину протистояти впливові на психіку, оволодівати засобами спілкування на основі вербальних та невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів. Попри те, що поняття «медіа-освіта» вперше було сформульовано 1973 року на спільній нараді сектора інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно і телебачення, дослідники досі повертаються до визначення цього складного міждисциплінарного явища [15]. Від 2001 року медіа-освіту й медіа-компетентність, за визначенням ЮНЕСКО, послідовно пов'язують і з розвитком демократичного мислення, і з підвищенням громадянської відповідальності особи. Як засвідчують підсумкові документи багатьох міжнародних форумів, де обговорювалися проблеми медіа-освіти, нині її у світовій педагогіці використовують для розвитку громадянської відповідальності, гуманізму і демократії [2; 4; 6; 10; 11; 14].

Російський дослідник О. Федоров розглядає медіа-освіту як процес розвитку особистості (саморозвитку. – Г. О.) з допомогою і на матеріалі засобів масової інформації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здатностей, критичного мислення, вмінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу й оцінки медіа-текстів, навчання найрізноманітніших форм самовираження за допомогою медіатехніки. Набута у результаті цього процесу медіа-грамотність допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографа, преси, інтернету [12–14], а також краще зрозуміти мову засобів соціальної комунікації.

Інша російська дослідниця І. Фатеева термін «медіа-освіта» розуміє як «всі цілеспрямовані і систематичні дії, призначені для задоволення освітніх потреб, котрі породжені фактом існування мас-медіа» [11], а І. Жилавська вважає, що медіа-освіта – це «сукупність системних дій суб'єктів медіа-освітньої діяльності, спрямованих на формування особистості, котра володіє культурою

спілкування із засобами масової комунікації на основі гуманістичних ідеалів і цінностей» [4]. При цьому дослідниця наголошує, що у цивілізованому суспільстві метою медіа-освіти може бути винятково виховання особистості на гуманістичних, духовних ідеалах, інакше це – антиосвіта. Медіа-освітню діяльність І. Жилавська рекомендує розуміти як цілеспрямовані дії і медіа-педагогів, і журналістів, інших членів медіа-спільноти, котрі забезпечують реалізацію завдань медіа-освіти, а культура спілкування із засобами масової комунікації (медіа-культура) – це показник рівня розвитку особистості, її здатності засвоювати нові знання у галузі медіа, сприймати, оцінювати, аналізувати медіа-текст, взаємодіяти з каналами масової комунікації, займатися медіа-творчістю. Зауважимо, що цей медіа-освітній напрям освіти нині став предметом підвищеної уваги не тільки педагогів і журналістів, а й багатьох фахівців гуманітарної сфери. Досить звернутися для прикладу до переліку теорій як медіа, так і медіа-освіти [1; 2; 5; 10; 11; 13].

Щоб ефективно користуватися медіа-ресурсом, треба знати принципи, за якими діють ЗМІ, а це потребує розгляду основних теорій у галузі мас-медіа. На формування багатьох із них значно вплинули класичні праці Г. Лассуела і М. Маклюєна – засновників теорії медіа. Аналіз наукової літератури засвідчує виокремлення таких основних теорій медіа: ін'єкційна, ідеологічна, семіотична, культурологічна, споживання і задоволення потреб тощо. Розмаїття теорій засвідчує про те, що практичними підходами відзначаються майже всі концепції медіа-освіти, що підтверджує необхідність збалансованості медіа-освітнього процесу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Так чи інакше, у більшості випадків теорії медіа-освіти відводять центральні ролі суб'єктові навчання або самонавчання. Ця тенденція відповідає принципам рівності, свободи, співрозвитку у психологічних стосунках між педагогом та учнями. Однак подальше просування шляхом медіа-педагогіки буде малоефективним без знання основних етапів історичного розвитку, теорій та технологій медіа-освіти у світі, без розуміння її перспектив, зокрема, й в Україні. Щоб пересвідчитися у цьому, досить звернути увагу спільноти на функції мас-медіа (інформаційна, виховна, освітня, соціально-управлінська, рекреативна, релаксаційна, компенсаторна, естетична та ін.), на класифікаційні параметри медіа-технологій (за категорією об'єктів, за рівнем застосування і засвоєння досвіду, за філософською основою, за базовим фактором розвитку, за орієнтацією на сфери розвитку особистості, за характером змісту та структури, за видом соціально-педагогічної діяльності, за типом управління соціально-виховним процесом, за організаційними формами, за методами й засобами, за напрямом модернізації тощо), соціально-педагогічну класифікацію медіа (за типом основного засобу – преса, радіо, кіно, телебачення, відео, комп'ютерні мережі та ін.; за каналом сприйняття – аудіо, відео, аудіовізуальні, знакові – текстові, графічні; за місцем використання (індивідуальні, групові, масові, домашні, робочі, транспортні та ін.); за змістом інформації, напрямку соціалізації (ідеологічні, політичні, морально-виховні, пізнавально-навчальні, естетичні, екологічні, економічні); за функціями та цілями використання (одержання інформації, освіта, спілкування, розв'язання проблем, розвага, соціальне управління); за результатом впливу на особистість (розвиток світогляду, самопізнання, самовиховання, самонавчання, самоствердження, самовизначення, регуляція стану, соціалізація). Слід згадати й про цільові орієнтації (з позицій соціальної політики, системи освіти, медіа-агенції і замовників медіа-текстів) та про варіанти негативного впливу медіа-текстів на аудиторію.

А відтак важко переоцінити потенціал медіа-освіти у плані розвитку людської особистості: емоцій, інтелекту, самостійного творчого й критичного мислення, світогляду, естетичної свідомості (сприйняття, умінь художнього аналізу тощо), активізації знань, набутих у процесі вивчення традиційних дисциплін гуманітарного циклу [3; 5]. Тож – без перебільшення – коло гуманітарних наук, дотичних до медіа-освіти, надто широке. До того ж можна з успіхом розглядати медіа-освіту й у колі інших наук. Для початку розглянемо теорії медіа-освіти, які досить докладно проаналізували і представили російський дослідник О. Федоров, члени його наукової школи, інші дослідники [12; 6; 2].

«Ін'єкційна» («захисна», «протекціоністська», «прищеплювальна») теорія медіа-освіти (Inoculatory Approach, Protectionist Approach, Hypodermic Needle Approach, Civil Defense Approach, etc.) та її теоретична база – «ін'єкційна» теорія медіа (теорія «магічної кулі»). Ключові цілі «ін'єкційної» теорії медіа-освіти (запобігання шкідливим впливам медіа, протиставлення «вічних культурних цінностей» негативному впливові медіа, навчання розуміння відмінностей між реальністю і медіа-текстом; пом'якшення ефекту надмірного захоплення медіа – переважно щодо дитячої та

молодіжної аудиторії і т. ін.). Педагогічна стратегія: розкриття негативного впливу медіа (наприклад, телебачення) на конкретних прикладах, доступних для розуміння конкретної аудиторії.

Теорія медіа-освіти як джерела задоволення потреб аудиторії та її теоретична база (теорія «споживання і задоволення» у галузі медіа). Її педагогічна стратегія: спрямованість на допомогу аудиторії видобувати з медіа максимум користі відповідно до своїх потреб (з урахуванням стимулювання розуміння тих, хто навчається, ролі медіа в їхньому житті, здатностей до аналізу й оцінювання окремих елементів медіа-тексту), що розглядається як головна мета медіа-освіти.

Ідеологічна теорія медіа-освіти (Ideological Approach) та її теоретична база: ідеологічна теорія медіа. Головні цілі медіа-освіти: стимуляція бажання аудиторії змінити систему масової комунікації (якщо у влади в країні перебувають сили, далекі від ідеології педагога), або навпаки – прищеплення думки, що система медіа, котра склалася, – найкраща (якщо влада у державі належить лідерам, ідеологію яких педагог цілком поділяє). Основний зміст медіа-освіти: політичні, соціальні й економічні аспекти медіа. Педагогічна стратегія: аналіз численних протиріч, котрі містять політичні, соціальні та економічні аспекти медіа з погляду того чи іншого класу.

Семіотична теорія медіа-освіти (Semiotic Approach). Семіотична теорія медіа (Р. Барт, Ж. Берже, К. Метц та ін.) як теоретична база семіотичної теорії медіа-освіти. Головна мета медіа-освіти: навчання аудиторії «правильно читати» медіа-текст. Основний зміст медіа-освіти: коди й «граматика» медіа-тексту, тобто мова медіа. Педагогічна стратегія: навчання правил декодування медіа-тексту, опис його змісту, асоціацій, особливостей мови і т. ін. (denotation/connotation).

Культурологічна теорія медіа-освіти (Cultural Studies Approach) та її теоретична база (культурологічна теорія медіа). Головна мета медіа-освіти: навчання аудиторії розуміння того, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання і т. ін. людини. Основний зміст медіа-освіти: «ключові поняття» медіа-освіти, ролі, котрі відіграють у суспільстві стереотипи, що поширюються за допомогою медіа. Педагогічна стратегія: оцінка й критичний аналіз медіа-текстів. Провідними представниками культурологічної теорії медіа-освіти є Д. Букінгем, К. Безелгет, Е. Харт, Б. Дункан, К. Ворсноп та ін.

«Практична» теорія медіа-освіти (Practical Approach) та її теоретична база: адаптована теорія «споживання і задоволення» у галузі медіа. Тип стосунків медіа й аудиторії (вплив медіа на аудиторію обмежений, вона може сама правильно вибрати й оцінити медіа-текст відповідно до своїх потреб). Головна мета медіа-освіти: допомогти аудиторії видобути з медіа максимум практичної користі відповідно до своїх потреб. Основний зміст медіа-освіти: навчання учнів (або педагогів) використовувати медіа-апаратуру, медіа-технології, програмне забезпечення. Педагогічна стратегія: вивчення технічного пристрою медіа-апаратури й формування практичних умінь її використання, у тому числі й для створення власних медіа-текстів.

Теорія медіа-освіти як формування «критичного мислення» (Critical Thinking Approach, Critical Democratic Approach) та її теоретична база (синтез «захисної», «семіотичної» та «ідеологічної» теорій; остання адаптується в пом'якшеному, позбавленому відверто «класового» й «марксистського» вигляду). Тип стосунків медіа та аудиторії: медіа – «четверта влада», котра ширить моделі поведінки й соціальні цінності серед різномірної маси індивідуумів. Головна мета медіа-освіти: захистити учнів від маніпулятивного впливу медіа, навчити орієнтуватися в інформаційному потоці сучасного демократичного суспільства. Основний зміст медіа-освіти: вплив медіа з допомогою так званих «кодів» (умовностей-символів). Педагогічна стратегія: аналіз впливу медіа-текстів на індивідів та суспільство, розвиток «критичного мислення» аудиторії щодо медіаінформації. Л. Мастерман – провідний прихильник теорії медіа-освіти як розвитку критичного мислення.

Естетична (художня) теорія медіа-освіти (Aesthetic Approach, Media as Popular Arts Approach) та її теоретична база (культурологічна теорія медіа). Головна мета медіа-освіти: навчання аудиторії основних законів і мови художнього спектру медіа-інформації, розвиток естетичного (художнього) сприйняття й смаку, здатності до кваліфікованого аналізу художніх медіа-текстів. Основний зміст медіа-освіти: мова медіа-культури, авторський світ творця художнього медіа-тексту, історія медіа-культури (історія кіномистецтва, художнього телебачення, фотографії і т. ін.). Педагогічна стратегія: критичний аналіз художніх медіа-текстів, їх інтерпретація та оцінка.

Соціокультурна теорія медіа-освіти (Social and Cultural Approach) та її теоретична база: культурологічна теорія (необхідність освіти як результат розвитку медіа-культури) й соціологічна (як результат усвідомлення в педагогіці значущості соціальної ролі медіа). Основні положення соціокультурної теорії медіа-освіти (за О. Шариковим): 1) розвиток медіа закономірно призводить до необхідності виникнення спеціальної професійної освіти у кожній новій сфері, пов'язаний із появою нових ЗМК; 2) враховуючи масовість медіа-аудиторії, у професіоналів, щонайперше викладачів спеціальних медіа-дисциплін, виникає потреба навчати більш широкі прошарки населення мови медіа; 3) ця тенденція посилюється у зв'язку з тим, що суспільство усвідомлює все більший вплив медіа на своє життя, а це породжує осмислення соціальної ролі медіа і, як наслідок, переконує медіа-педагогів у подальшому розвитку медіа-освітнього процесу. Російський дослідник О. Федоров, зокрема, зазначає, що в соціокультурній теорії медіа-освіти О. Шарикова зроблено спробу подолати перегини і теорії розвитку критичного мислення (з її акцентом на «викриття» негативних або брехливих тенденцій у медіа-культурі), і (значною мірою оснований на семіотичній теорії медіа-освіти) концепції «візуальної грамотності», «медіа-грамотності», котрим, зазвичай, властива асоціальність, відрив від суспільних аспектів діяльності медіа [12].

Теоретичною базою *теологічної/релігійної теорії медіа-освіти* (Theological Approach), за О. Федоровим, є близька до етичної теологічна теорія медіа. Передбачається, що медіа здатні формувати певні духовні, етичні/моральні, ціннісні принципи аудиторії (особливо це стосується неповнолітніх). Із цього випливає головна мета теологічної медіа-освіти: прилучити аудиторію до тієї або іншої моделі поведінки, до ціннісних орієнтацій, що відповідає тим або іншим релігійним догматам. Педагогічна стратегія базується на вивченні теологічних, світоглядних і етичних аспектів медіа й медіа-текстів [14]. Зрозуміло, що ціннісні орієнтації в цьому разі залежать від конкретного релігійного контексту, з істотними відмінностями для християнської, мусульманської, буддистської або іншої віри. На думку О. Федорова, ця теорія цілком може бути синтезована не тільки з етичної, а й з ідеологічної, естетичної, екологічної, запобіжної теорій медіа-освіти й теорії розвитку критичного мислення.

Приблизники різних медіа-технологій у педагогіці виходять із того, що в центрі уваги при цьому має бути особистість. Щонайперше слід враховувати її інтереси та смаки, а відтак потрібно дати можливість аудиторії розвивати не тільки критичне мислення, а й уміння користуватися інтелектуальним багатством медіа.

Вище ми говорили про те, що будь-яка теорія в навчальному сенсі не може оминати педагогічні технології, котрі – через опертя на мас-медіа – стають медіа-освітніми технологіями. Залежно від того, на який канал набуття знань навчителі спрямовують споживача, можемо говорити про пресодидактику, теледидактику, кінодидактику, інтернет-дидактику тощо. Це – складними медіа-дидактики. Саме вона розробляє теорії медіалогії як науки про медіа, науково обґрунтовує зміст медіа-освіти, вивчає закономірності, принципи, методи й організаційні форми навчання із залученням медіа-продуктів та опертям на мас-медіа. Медіа-освітні технології у поєднанні з іншими технологіями втілюють принципи гуманізації освіти, сприяють підвищенню професійного, інтелектуального, культурного, духовного, морального рівня фахівця [8; 9]. Їх виокремлення в окрему частину педагогіки – медіа-дидактику – дає нам право говорити про дидактичну (*медіа-дидактичну*) *теорію* освіти та медіа-освіти й орієнтувати дослідників на перспективу роботи в цьому напрямі.

На нашу думку, *медіа-дидактична теорія освіти* присутня при створенні медіа-продукту, при підготовці фахівців у галузі медіа. Викладачі, котрі працюють у вишах, де готують медійників, через навчальні обставини, – медіа-дидакти. Пресодидакти (якщо вони навчають творити пресові видання, теледидакти) навчають творенню телепродуктів, інтернетдидакти занурюють учнів у простір комп'ютерних технологій і т. ін. Тобто педагоги готують фахівців для роботи в інформаційному просторі й використовують для цього різні технології. Дослідники, котрі переймаються проблемами впливу мас-медіа, теж, безперечно, є медіа-дидактами.

Проте медіа-освітні технології нині все частіше використовують у навчальному процесі з іншою метою. Їх залучають для поглиблення фахових знань з обраної спеціальності. Засоби масової інформації сьогодні наявні у фаховому становленні спеціалістів різних галузей та орієнтують на підвищення професійного рівня упродовж життя. Можна наводити безліч прикладів цьому. Отже, час говорити й про *медіа-дидактичну теорію медіа-освіти*.

Висновки. Слід зазначити, що нова інтегративна наука – медіа-освіта – має бути представлена як навчальна дисципліна у вищій (і не тільки) школі. Наш досвід її впровадження у навчальний процес засвідчує це. Знання з медіа-освіти сприятимуть розвитку особистості, задовольнятимуть її інформаційні потреби, підвищуватимуть фаховий рівень. Саме завдяки їй медіа стають звичним засобом самоосвіти особистості впродовж життя.

Список використаної літератури

1. Бакулєв Г. П. Новые медиа : теория и практика. – М. : Изд-во КЛМ, 2008.
2. Баришполець О. Медіаосвіта : зарубіжний досвід [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=84&c=2072>
3. Жижина М. В. Медиакультура: культурно-психологические аспекты / М. В. Жижина. – М. : Вузов. кн., 2009. – 188 с.
4. Жилавская И. В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования / И. В. Жилавская // Медиаскоп. – 2008. – № 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/229>
5. Информационная грамотность и медиаобразование [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mediagram.ru>
6. Кириллова Н. Б. Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации / Н. Б. Кириллова : автореф. дис. ... д-ра культурологии. – М., 2005.
7. Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации, Томск, 20–21 ноября 2007 г. / сост. И. В. Жилавская. – Томск, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://tiit.tomsk.ru/home>
8. Онкович Г. В. Використання інтегрованого простору знань у начальному процесі засобами медіаосвіти / Г. В. Онкович // Журналістика, філологія та медіаосвіта : зб. наук. доповідей : у 2-х т. Т. 2. – Полтава : Освіта, 2009. – С. 252–255.
9. Онкович Г. В. Медіаосвітні технології і компетентнісний підхід / Г. В. Онкович // Реалізація європ. досвіду компетентнісного підходу у вищій колі України : матеріали методол. семінару. – К. : Пед. думка, 2009. – С. 206–217.
10. Рос. мовою: Почепцов Г. Г. Медиа : теория массовых коммуникаций : науч. пособие для студ. и асп. / Г. Г. Почепцов. – Киев : Альтпресс, 2008. – 403 с.
11. Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография / И. А. Фатеева. – Челябинск : Челябин. гос. ун-т, 2007. – 270 с.
12. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика / А. В. Федоров. – Ростов н/Д : [б. и.], 2001. – 708 с.
13. Федоров А. В. Теологическая теория медиаобразования / А. В. Федоров // Инновации в образовании. – 2007. – № 11. – С. 96–101.
14. Федоров А. В. Современное массовое медиаобразование в России : поиски новых теоретических концепций и моделей / А. В. Федоров // Инновации в образовании. – 2009. – № 9. – С. 1–16.
15. Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ifap.ru/pr/2007/070625b.htm>

УДК 316.659.1(091)(072)

М. А. Орлова – студентка 2 курсу магістратури Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка;
Л. М. Вежель – кандидат філологічних наук, доцент Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Сучасний стан етичних принципів соціальної реклами в Україні

Роботу виконано на кафедрі реклами та зв'язків з громадськістю КНУ ім. Тараса Шевченка

Гене́за формування та сучасний стан етичних принципів соціальної реклами в Україні розкривають основні проблеми функціонування на вітчизняних теренах комунікацій, що є носіями моральних норм гуманізму в суспільстві.

Ключові слова: соціальна реклама, ідеологічна пропаганда, етичні порушення, моральні норми, суспільно корисні цілі, конкурентоспроможність інформаційно-комунікаційної галузі.