

Мельник Оксана Михайловна

педагог дополнительного образования, руководитель Детской телестудии
"Фокус"

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение дополнительного
образования детей центр дополнительного образования детей "Поиск"
ХМАО-Югра, Тюменская область, город Нефтеюганск

СМИ И ДУХОВНО-ИДЕОЛОГИЧЕСКАЯ РОЛЬ ВОСПИТАНИЯ

Чтобы выяснить место и роль системы СМИ в механизме функционирования динамично развивающейся культуры, воспроизводстве и трансляции ее ценностей, необходимо уточнить само понятие культуры. Культура представляет собой активную творческую деятельность людей по освоению и потреблению общественно значимых материальных и духовных ценностей, в ходе которой происходит развитие общества и личности. Функционируя как сложноструктурированное и многогранное социальное явление, она охватывает все сферы формирования и проявления человеческих сил и выступает качественной характеристикой развития индивида, его духовного мира. При таком понимании в центре культуры оказывается человек как субъект культурной деятельности, создатель, носитель и потребитель культурных ценностей. Такое понимание неизбежно включает в себя представление о процессуальном характере культуры, критерием прогрессивности которой выступает возрастание роли субъекта (трудящихся масс) в историческом процессе развития и обогащения культуры, создания реальных условий для преумножения и широкого использования духовных ценностей в целях политического, нравственного и эстетического воспитания. Разумеется, «перевод» достижений культуры в личностный духовный мир человека представляет сложный и противоречивый процесс. Здесь необходимо учитывать своеобразие самой структуры духовного мира личности, основными

Второй Всероссийский фестиваль передового педагогического опыта

"Современные методы и приемы обучения"

февраль - май 2014 года

компонентами которой являются: 1) общечеловеческие черты, так как каждая личность усваивает общечеловеческие духовные ценности; 2) социальная сущность определенного типа личности как продукта определенной эпохи; 3) индивидуально-особенные черты духовного мира конкретной личности, по-своему воплощающей в себе жизненные обстоятельства и идущие от макро- и микросистемы (общество в целом, семья, трудовой коллектив, группа по интересам и т. д.) культурные влияния. В процессе этого «перевода» все более важную роль играют средства массовой информации. При выяснении этой роли первостепенное значение имеет учет двух моментов. Во-первых, какими путями осуществляется сближение так называемой традиционной культуры, ценности которой выражаются в камне, металле, слове, музыке, в изобразительных средствах живописи и т. д., с новыми ценностями культуры, рожденными самим развитием массовой коммуникации, такими, например, как аудиовизуальный образ на телевидении. Отсюда возникает целый ряд специфических задач: выяснение связи между учреждениями традиционной культуры (театрами, музеями и т. д.) и средствами массовой информации; определение наиболее эффективных путей использования массовой коммуникации в целях широкого «тиражирования» подлинных ценностей национальной и мировой культуры; уточнение того, какие из этих ценностей в процессе массовой коммуникации выступают на передний план, а какие оттесняются с прежних позиций; в какой мере средства массовой информации «шагают в ногу» с изменениями в содержании и структуре культуры (в частности, в какой мере они учитывают возникновение новых, так называемых синтетических, видов художественного творчества—цветомузыки, дизайна и т. д.). Во-вторых, выяснение того, что коммуникативное распространение культуры имеет свою культуру, называемую коммуникативной. По мнению некоторых исследователей, к числу ее основных компонентов относятся: количественные характеристики коммуникативной сети общества и его отдельных слоев и

Второй Всероссийский фестиваль передового педагогического опыта

"Современные методы и приемы обучения"

февраль - май 2014 года

групп, регулярность (интенсивность) использования; точки пересечения различных видов коммуникации, главным образом средств массовой информации, с межличностным общением; семиотические параметры коммуникации, включая условия кодирования сообщений, а также формы, на основе которых осуществляется убеждение в актах коммуникации — риторика, ораторская речь, интервью, беседа со зрителем или слушателем и т. д. Рассматривая роль средств массовой информации в формировании и обогащении духовного мира личности, необходимо иметь в виду, что, хотя распространяемая с их помощью информация адресована массам, воспринимается (принимается или отвергается) она конкретной личностью. Целостность личности в ее соотнесенности с целостностью и направленностью функционирующей в обществе культуры во многом определяет достижение целевых установок, на которые ориентирована деятельность средств массовой информации в социалистическом обществе. Специфика деятельности этих средств состоит в том, что в сообщениях, транслируемых с помощью СМИ, раскрывается искусственный символический мир, посредством которого культивируются определенные образцы, эталоны поведения, нормы морали, художественные вкусы, ориентирующие личность в том, что важно и существенно, что хорошо и плохо, что правильно и неправильно, что благородно и низменно, что с чем и каким образом взаимосвязано. Воздействуя через многообразие каналов на духовный мир личности, средства массовой информации в социалистическом обществе ориентируют развитие этого мира в направлении его гармонизации, создания материальных и духовных условий, формирования идейно зрелой, нравственно развитой, духовно богатой личности. Поскольку духовная жизнь общества и духовный мир каждого человека представляют собой сложноструктурированную, многогранную и многокрасочную систему, то эффективно влиять на духовные процессы можно только при системной организации деятельности всех средств идеологического

Второй Всероссийский фестиваль передового педагогического опыта

"Современные методы и приемы обучения"

февраль - май 2014 года

воздействия, включая и средства массовой информации. А это предполагает последовательное проведение в жизнь общих принципов, имеющих большое значение как в исследовании деятельности СМИ, так и в социологическом анализе эффективности этой деятельности, меры ее влияния на создание условий для гармонизации духовной жизни людей. Первый принцип связан с последовательным применением методологии системности как необходимого исходного пункта в понимании диалектической целостности всех средств массовой информации в процессе соединения их в единую, четко скоординированную и действующую во имя достижения общих целей систему, основанную на взаимодополнении и взаимозависимости всех СМИ. Ежедневно люди слушают радио и смотрят телевизор, читают газеты и журналы. Поэтому каждое средство массовой информации как компонент общей коммуникационной инфраструктуры должно вместе с тем и в содержании, и в формах подачи информационных потоков выражать свою специфику. А это означает, что последовательное применение принципа системности как важного фактора повышения эффективности воздействия средств массовой информации на духовный мир личности связано с выяснением особенностей действия каждого из них. Для газеты, например, важен акцент на общую панораму мировых событий с выделением из нее локальных событий, особенно значимых для данной страны, данного региона или данной группы читателей. Если же речь идет о радио, то оно, давая столь же широкую информацию о мировых и локальных событиях, выполняет своеобразную роль «сопровождающего» средства массовой информации, дающего определенный ориентир для избирательной интериоризации индивидом определенных видов сообщений из общего потока информации, проходящего через различные компоненты коммуникационной системы. Этот принцип предполагает наряду с пониманием единства информационно-идеологического процесса, осуществляемого сложной системой средств, четкое представление о реальной

Второй Всероссийский фестиваль передового педагогического опыта

"Современные методы и приемы обучения"

февраль - май 2014 года

соотнесенности в общем потоке информации ее организованной (институализированной) и неорганизованной (неофициальной) информации. Под первым видом информации подразумеваются все сообщения, поступающие по различным каналам из институциональных источников — прессы, радио, телевидения. Под вторым — сообщения, поступающие к индивиду стихийно, вне контроля общественных институтов (слухи, анекдоты, сведения из зарубежных источников информации и пропаганды). Точный учет этого аспекта позволяет определить зависимость объема и значение организованной информации для духовной жизни людей от ее направленности, научной обоснованности, связи с жизнью, объективности, наступательности, оперативности, а также в какой мере возрастает роль неорганизованной информации в тех случаях, когда институализированная информация не дает ответа на волнующие человека вопросы или же дает их с опозданием и без достаточной аргументированности.