

УДК 378:070]:316.614

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/47-4-45>**Олег ЧЕРНИШ,***orcid.org/0000-0002-4429-2020**асистент кафедри журналістики та видавничої справи,**аспірант кафедри соціальної педагогіки**Луганського національного університету імені Тараса Шевченка**(Старобільськ, Донецька область, Україна) chernyscholeg1995@gmail.com*

СТРУКТУРА ПРОЦЕСУ МЕДІАСОЦІАЛІЗАЦІЇ В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті висвітлено актуальні особливості сучасного медіапростору. На основі аналізу соціально-педагогічної наукової літератури охарактеризовано сутність поняття «медіа» та здійснено його міждисциплінарний аналіз.

Автор доходить висновку, що нині медіа активно впливають на формування та становлення особистості, нівелюючи при цьому роль традиційних інститутів соціалізації (сім'ї, закладів освіти та оточення).

Мета статті – науково обґрунтувати структуру процесу медіасоціалізації в закладі вищої освіти.

Проаналізувавши наукові доробки М. Маклюєна, М. Райана та О. Федорова, автор подає власне визначення поняття «медіа» як сукупності технологічних засобів і прийомів соціальної комунікації, які призначені для публічного поширення інформаційних повідомлень від виробника до споживача в певному вигляді.

Розкриваючи роль медіа у формуванні сучасної особистості, автор зазначає, що медіа впливають на формування ціннісних орієнтацій молоді, її виховання та освіти, формуючи та змінюючи установки, моделі поведінки, діяльності й навчання.

Автор акцентує увагу на розкритті поняття «медіасоціалізація», яке актуалізується в педагогічній думці. На основі аналізу науково-педагогічної літератури автор визначає медіасоціалізацію як специфічний, багатofакторний, двосторонній процес, який є складником соціалізації особистості та протікає під впливом стихійних, відносно спрямованих та цілеспрямованих чинників, полягає в одночасному засвоєнні, відтворенні та продукуванні досвіду суспільства за допомогою медіа.

Розглядаючи процес медіасоціалізації в закладі вищої освіти як цілеспрямований процес, автор вважає його педагогічним, що має чітко визначену структуру.

Автор виокремлює такі компоненти медіасоціалізації в закладі вищої освіти, як об'єкт, суб'єкт, мета, зміст, методи та форми роботи, етапи, результат.

Кінцевою метою медіасоціалізації в закладі вищої освіти є медіасоціалізована особистість, здатна до засвоєння, відтворення та продукування досвіду суспільства за допомогою медіа.

Ключові слова: *медіасоціалізація, медіапростір, заклад вищої освіти.*

Oleg CHERNYSH,*orcid.org/0000-0002-4429-2020**Assistant at the Department of Journalism and Publishing,**Graduate Student at the Department of Social Pedagogy**Luhansk Taras Shevchenko National University**(Starobilsk, Donetsk region, Ukraine) chernyscholeg1995@gmail.com*

STRUCTURE OF THE MEDIA SOCIALIZATION PROCESS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

The article highlights the current features of the modern media space. Based on the analysis of socio-pedagogical scientific literature, the essence of the concept of “media” was characterized and its interdisciplinary analysis was conducted.

The author concludes that in today's conditions, the media actively influence the formation and formation of personality, while eliminating the role of traditional institutions of socialization – the family, educational institutions and the environment.

The purpose of the article is to scientifically substantiate the structure of the process of media socialization in higher education.

Analyzing the scientific works of M. McLuhan, M. Ryan and O. Fedorov, the author presents his own definition of «media» as a set of technological means and methods of social communication, which are designed for public dissemination of information messages in a certain form from producer to consumer.

Revealing the role of the media in the formation of modern personality, the author notes that the media influence the formation of value orientations of young people, their upbringing and education, forming and changing attitudes, patterns of behavior, activities and learning.

The author focuses on the disclosure of the concept of «media socialization», which is relevant in our time in pedagogical thought. Based on the analysis of scientific and pedagogical literature, the author defines media socialization as a specific, multifactorial, two-way process that is part of the socialization of the individual, and occurs under the influence of natural, relatively directed and purposeful factors.

Considering the process of media socialization in a higher education institution as a purposeful process, the author considers it pedagogical, which has a clearly defined structure.

The author identifies the following components of media socialization in higher education: object, subject, purpose, content, methods and forms of work, stages, results.

The ultimate goal of media socialization in a higher education institution is a media-socialized individual who is able to assimilate, reproduce and produce the experience of society through the media.

Key words: media socialization, media space, institution of higher education.

Постановка проблеми. Прискорений розвиток медіапростору, який спостерігається з кінця ХХ століття, сьогодні актуалізує питання значення інформації в сучасному житті особистості. Інформація не тільки стає ключовою цінністю сучасності, а й зумовлює появу нових технологій, які відкривають широкі можливості для більш швидкого сприйняття інформаційних матеріалів.

Медіа (як один з основних елементів передання інформаційних повідомлень) сьогодні активно впливає на інститути становлення особистості, поступово зменшуючи роль оточення, освіти та батьків.

Значні зміни спостерігаються в процесі соціалізації особистості, який наразі зазнає трансформаційних перетворень. Посилення ролі медіа в процесі виховання зумовлює необхідність урахування зазначених особливостей і, відповідно, зміну методичних основ у педагогічній думці.

З огляду на це, в наукових дослідженнях постає нове поняття в педагогіці – «медіасоціалізація».

Аналіз досліджень. Теоретичною основою нашого дослідження є наукові праці, присвячені вивченню різних аспектів процесу соціалізації, її механізмів та факторів, а також праці, що аналізують структуру медіа та їх значення в суспільно-політичному житті.

Одним із найгрунтовніших є дослідження соціалізації А. Мудрика. Учений охарактеризував механізми, фактори, агенти та інститути соціалізації.

Фундаментальні положення процесу соціалізації розглядають М. Галагузова, Л. Коваль, Л. Мішик, А. Реан.

Окремі аспекти процесу соціалізації досліджували у своїх наукових працях низка українських учених (С. Харченко, С. Савченко, О. Караман, О. Безпалько, І. Зверева, Л. Коваль, А. Капська, С. Хлебик та ін.).

Особливості соціалізації особистості в інформаційному суспільстві вивчають О. Волошенюк, В. Плешаков, А. Рижанова.

Медіа як провідний складник соціалізації особистості досліджували О. Кудашкіна, О. Петрунько, Н. Уголькова.

Особливості соціалізації людини в інформаційному суспільстві досліджують О. Волошенюк, А. Мудрик, В. Плешаков, А. Рижанова та ін.

Розгляд медіа як визначального складника соціалізації дитини зумовив звернення до наукових робіт О. Кудашкіної, О. Петрунько, Н. Уголькова.

Мета статті – науково обґрунтувати структуру процесу медіасоціалізації в закладі вищої освіти.

Виклад основного матеріалу. Для ґрунтовного аналізу сутності процесу медіасоціалізації в закладі вищої освіти вважаємо за доцільне детально охарактеризувати поняття «медіа», яке є ключовим для нашого дослідження.

У сучасних умовах поняття «медіа» набуває все більшого поширення як у наукових колах та дискусіях, так і в соціально-побутовому житті. Активного вжитку цей термін набуває у висловлювання фахівців у сфері PR, журналістики, програмного забезпечення, політики, теорії комунікації, соціології.

Проте подібна поширеність поняття «медіа» має як позитивні сторони, так і негативні. Така широта використання терміна створює труднощі для детального та конкретного змістовного визначення. Зважаючи на поширеність поняття «медіа» в журналістських колах, виникла асоціація із засобами масової інформації.

Пізніше поняття «медіа» набуває поширення в соціології. Відтоді починається критичне осмислення поняття та позначеного ним феномена.

Якщо раніше медіа розглядали як посередника між певною подією та кінцевим реципієнтом, то сьогодні медіа визначають ще і як інструмент маніпулювання громадською думкою, що визначає форму сприйняття інформації.

Узагальнене розуміння медіа як засобу комунікації, що і є повідомленням, уведене в науковий обіг основоположником теорії комунікації М. Маклюеном, що дозволило автору зарахувати до медіа досить широке коло понять, серед яких згадуються абетка, одяг, радіо, телефон, телебачення, художні напрями. На думку вченого, ці засоби є зовнішніми «розширеннями» людини, що впливають на її сприйняття й інтерпретацію

фактів і подій навколишнього світу (Маклюэн, 2003: 27–28).

Авторка фундаментальних праць із теорії літератури і наратології М. Л. Райан указує на два основних підходи до розуміння аналізованого поняття, де термін «медіа» тлумачиться як:

- 1) канал комунікації, призначений для трансляції інформації або розважального контенту;
- 2) матеріальний або технічний засіб художнього вираження (Ryan, 2014; Лещенко, 2021).

У першому випадку йдеться про кодування повідомлення і його трансляція за допомогою певного коду, характерного саме для цього медіа (телебачення, радіо, книга тощо), у другому – у фокусі уваги перебувають засоби, за допомогою яких це повідомлення створюється (фарби, літери, музичні інструменти). Саме з цих позицій дослідниця трактує поняття інтермедіальності, сутність якого передбачає наявність більше одного медіа, за участі яких здійснюється кодування і передання конкретного повідомлення. Наукові розвідки останніх років свідчать про поступовий відхід від простого розуміння медіа як технічного засобу або каналу передання інформації, демонструючи переорієнтацію на вивчення семіотичних кодів і модусів (Лещенко, 2021).

Ми розглядаємо медіа як сукупність технологічних засобів і прийомів соціальної комунікації, призначених для публічного поширення інформаційних повідомлень у певному вигляді від виробника до споживача.

Сьогодні медіа стають одним із провідних інститутів соціалізації молоді, зменшуючи при цьому вплив сім'ї, школи та оточення на формування особистості. Саме молодь є активним користувачем нових медіа, що пов'язано з тим, що для молоді вони є цінним та доступним джерелом інформації.

З огляду на це, виникає новий напрям досліджень у теорії соціалізації – медіасоціалізація.

Медіа активно впливають на формування ціннісних орієнтацій молоді, її виховання та освіти, формуючи та змінюючи установки, моделі поведінки, діяльності й навчання.

У своєму дослідженні ми визначаємо медіасоціалізацію як специфічний, багатофакторний, двосторонній процес, який є складником соціалізації особистості та відбувається під впливом стихійних, відносно спрямованих та цілеспрямованих чинників, полягає в одночасному засвоєнні, відтворенні та продукуванні досвіду суспільства за допомогою медіа.

Розглядаючи процес медіасоціалізації в закладі вищої освіти як цілеспрямований (за А. Мудриком, планомірне створення суспільством та державою

правових, організаційних, матеріальних та духовних умов для розвитку особистості), маємо всі підстави вважати його педагогічним, що має чітко визначену структуру, обґрунтовану в педагогічній (соціально-педагогічній) теорії, зокрема в дослідженнях О. Безпалько, В. Галузинського, Б. Лихачова.

Першим компонентом сутності і змісту медіасоціалізації в закладі вищої освіти є об'єкт і суб'єкт медіасоціалізації.

Безперечно, **об'єктом медіасоціалізації** в контексті нашого дослідження є студентська молодь – здобувачі вищої освіти.

Згідно із Законом України «Про вищу освіту» здобувачі вищої освіти – особи, які навчаються в закладі вищої освіти на певному рівні з метою здобуття відповідного ступеня і кваліфікації.

Якщо розглядати здобувачів вищої освіти як категорію «молодь», то це визначення має різні вікові межі.

У нашому дослідженні ми використовуємо інтегральний варіант визначення поняття «молодь»: молодь – соціально-демографічна група суспільства віком від 14 до 35 років, яка характеризується сукупністю вікових та соціально-психологічних особливостей, що визначаються специфікою соціального статусу, рольових функцій, соціокультурної поведінки, процесу самоідентифікації та процесу соціалізації, в якому поєднується соціальна адаптація та індивідуалізація.

Студентська молодь сьогодні є рушійною силою розвитку суспільства, що володіє необхідним потенціалом та ресурсом для суспільно-політичного та економічного розвитку держави.

Активна студентська молодь бере участь у багатьох суспільно-політичних процесах, що відбуваються в державі. Так, в Україні саме студентська молодь ставала в епіцентрі буремних подій Євромайдану 2013 року, а історія Української Народної Республіки налічує низку прикладів героїчних подвигів студентів на шляху до здобуття незалежності.

Об'єктом системи медіасоціалізації ми визначаємо саме молодих осіб (віком від 17 до 21 року), що навчаються в закладах вищої освіти.

Безпосередніми **суб'єктами** медіасоціалізації в закладах вищої освіти є: вчена рада закладу вищої освіти; ректор, проректор соціально-гуманітарного напрямку роботи закладу, директор (декан), заступник директора (декана) із соціально-гуманітарної роботи, фахівці соціальної та психологічної служби, фахівці центру розвитку кар'єри тощо, куратори (едвайзери) студентських груп; науково-педагогічні працівники та співробітники закладу вищої освіти; різнопрофільні державні і

недержавні органи, установи, організації; окремі особи, волонтери, соціальні працівники.

Усі вищепераховані суб'єкти провадять свою діяльність на підставі нормативно-правових документів, затверджених Урядом, МОН України та іншими міністерствами.

Виважене формулювання мети системи медіасоціалізації в закладі вищої освіти – основа для правильного визначення її змісту й успішного досягнення результату.

У межах нашого дослідження метою процесу медіасоціалізації в закладі вищої освіти є формування медіасоціалізованої особистості.

Наступний компонент процесу медіасоціалізації – **зміст** – нерозривно пов'язаний із визначеними нами метою, суб'єктом та об'єктом.

Зміст процесу медіасоціалізації в закладі вищої освіти полягає в цілеспрямованому створенні чинників, що дозволять молодим особам (від 17 до 21 року), які навчаються в закладі вищої освіти, ефективно засвоювати, відтворювати та продукувати досвід суспільства за допомогою медіа.

Зміст процесу медіасоціалізації в закладі вищої освіти має бути спрямованим на форму-

вання певної системи знань та цінностей, індивідуально-психологічних якостей особистості, що дозволить особистості ефективно засвоювати, відтворювати та продукувати досвід суспільства за допомогою медіа.

На нашу думку, до системи знань та цінностей, що дозволять особистості ефективно засвоювати, відтворювати та продукувати досвід суспільства за допомогою медіа, слід уналежнити професійні цінності особистості, потреби в саморозвитку і змінах, ключові знання з медіаграмотності.

Індивідуально-психологічні якості визначають унікальність та конкурентоспроможність сучасної особистості, комунікабельність, емоційну стабільність, волюву рішучість, здатність до критичного аналізу інформації.

Наступним компонентом медіасоціалізації в закладі вищої освіти є **методи та форми роботи**, які ми розглядаємо в нерозривній єдності.

Для найбільш інформативного узагальнення методів медіасоціалізації в закладі вищої освіти ми оформили їх у вигляді таблиці 1.

Наступним елементом є форми медіасоціалізації в закладі вищої освіти.

Таблиця 1

Методи медіасоціалізації в закладі вищої освіти

Група методів		Методи
Загально-філософські		Діалектичний, наукової абстракції, аналізу та синтезу, індукції та дедукції, єдності одиничного й особливого, руху від простого до складного, єдності якісного й кількісного аналізу, історичний, генетичний, формалізації, аналогії, системно-структурний та ін.
Соціологічні		Бібліографічний, аналіз документів та ЗМК (традиційний, контент-аналіз), спостереження, опитування аудиторії ЗМК (інтерв'ю, анкетування, фокус-група), експертна оцінка ЗМК, соціальний експеримент, вивчення соціальної ситуації дітей і молоді, соціально-педагогічна паспортизація закладу освіти, регіону і громади.
Педагогічні	Навчання	Методи формування і корекції позитивного досвіду суспільної поведінки: педагогічна вимога, громадська думка, довір'я, привчання, вправа, тренування, доручення, контроль, моделювання соціальних ситуацій, які ґрунтуються на використанні медіа, ведення випадку, прогнозування й контроль. Практичні (дослід, вправа, ділові ігри, експеримент), наочні (ілюстрація, демонстрація, спостереження), словесні (бесіда, розповідь, роз'яснення, лекція, диспут), робота з літературою та джерелами інформації (читання, конспектування, переказ, вивчення), аудіо-, відеометоди (перегляд телепередач, прослуховування, робота з комп'ютером, блоги, створення відеоматеріалів) та ін.
	Виховання	Методи додаткової мотивації та стимулювання діяльності і поведінки: рольова гра, змагання, заохочення, схвалення, оцінка, довіра, організація перспективи, критика, осудження; методи самовиховання: самоаналіз, самоосуд, самонаказ, самонавіювання, самоконтроль, самооцінка. Педагогічна вимога, громадська думка, довіра, привчання, тренування, доручення, контроль, створення виховних ситуацій, прогнозування). Виявлення результатів медіасоціалізації (спостереження, експеримент, аналіз продуктів діяльності, узагальнення незалежних характеристик, анкетування, аналіз документації) та ін.
Психологічні		Методи формування і корекції свідомості особистості: психолого-педагогічний «вибух», переконання, навіювання, приклад, порівняння подій, демонстрація негативних і позитивних аспектів ситуації, що склалася.
Інформаційні		Медійна стимуляція та підтримка на різних етапах навчально-педагогічних процесів, комунікативні групові проекти.

До різноманітніших форм медіасоціалізації, що використовуються в закладі вищої освіти, можна зарахувати бесіди (ознайомчі, профілактичні, формувальні тощо), консультації, особисті доручення; тематичні вечори, різні форми групової психотерапії; щорічні фестивалі медіатворчості «Журналістська весна»; залучення студентів до роботи телерадіостудій у закладах вищої освіти; гуртки, тематичні вечори, перегляд новинних відеосюжетів, перегляд кінофільмів; віртуальні квести; конкурс віртуальних екскурсій; рольова гра, бесіда-візуалізація, зустріч із представниками правоохоронних органів; обговорення телепередач, новинних сюжетів і кінофільмів, лекції, щотижневі спеціальні заняття з інформування молоді щодо соціально-економічних, правових, етичних питань, дискусійні клуби, оформлення куточків «Новини світових та вітчизняних медіа», тематичні вечори, зустрічі з цікавими людьми, представниками громадськості, різних конфесій; регулярні заняття з основ правових знань, юридичні консультації; тренінги з виявлення фейкових новин та багато інших.

Медіасоціалізація передбачає використання різноманітних технологій, визначає технологічний підхід до організації соціально-педагогічної роботи. У межах цього підходу ми розглянемо наступний компонент медіасоціалізації в закладі вищої освіти – **етапи**.

Етапами процесу медіасоціалізації в закладі вищої освіти є діагностика – цілепокладання – про-

гнозування – проєктування – планування – організація – керівництво – контроль – результат – підсумкова діагностика – оцінка – корекція.

Оскільки метою процесу медіасоціалізації в закладі вищої освіти є формування медіасоціалізованої особистості, то **результатом** медіасоціалізації – сформований у певний проміжок часу рівень медіасоціалізованості особистості. Вочевидь, кінцевою метою медіасоціалізації в закладі вищої освіти є медіасоціалізована особистість, здатна до засвоєння, відтворення та продукування досвіду суспільства за допомогою медіа.

Висновки. У сучасних умовах розвитку суспільства спостерігається актуалізація впливу медіа на формування та становлення особистості. Теоретичні та практичні аспекти дослідження процесу медіасоціалізації є не тільки вимогою часу, а й запорукою успішного розвитку педагогічної думки.

Оскільки саме молодь сьогодні є найактивнішим користувачем медіа, то доцільно вивчити процес медіасоціалізації в закладі вищої освіти, зокрема його структуру.

У нашому дослідженні ми виокремлюємо такі компоненти медіасоціалізації в закладі вищої освіти, як об'єкт, суб'єкт, мета, зміст, методи та форми роботи, етапи, результат.

Кінцевою метою медіасоціалізації в закладі вищої освіти є медіасоціалізована особистість, здатна до засвоєння, відтворення та продукування досвіду суспільства за допомогою медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лещенко Г. В. Медіа в контексті інтермедіальних і мультимодальних студій. *Інтермедіальність на перетині наукових парадигм : ретроспектива і сучасність* : матеріали III Міжнародної наукової конференції УАКЛІП, м. Київ, 20–21 травня 2021 р. 81 с.
2. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. Москва : «КАНОН-пресс-Ц», 2003. 464 с.
3. Про вищу освіту : Закон України від 02 листопада 2021 року № 1838-IX. Дата оновлення: 01.01.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (дата звернення: 13.01.2022).
4. Ryan, M.-L. Narration in various media. In Peter Hühn et al. (Eds.), *The Living Handbook of Narratology*. URL: <https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/53.html>.

REFERENCES

1. Leshchenko H.V. Media v konteksti intermedialnykh i multimodalnykh studii [Media in the context of intermedia and multimodal studies]. *Intermediality at the intersection of scientific paradigms: retrospective and modernity: materials of the III International Scientific Conference UACLIP, Kyiv, 20-21 may, 81 p.* [in Ukrainian].
2. Maklyuen, M. Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka [Understanding the media: human external expansions]. M.: «KANON-press-TS», 2003. 464 p. [in Russian].
3. Pro vyshchu osvitu : Zakon Ukrainy № 1838-IX vid 02.11.2021 [Law of Ukraine on Higher Education № 1838-IX. (2021, November 02)]. [in Ukrainian].
4. Ryan, M.-L. Narration in various media. In Peter Hühn et al. (Eds.), *The Living Handbook of Narratology*.