

АСПЕКТИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІАПСИХОЛОГІВ У ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ТА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ

ДРОЗДОВА Лариса Валентинівна,

Викладач вищої категорії , автор та керівник курсу «Продюсер ТБ» ,

Укртелерадіопресінститут

Викладач, продюсер, медіатренер, медіапсихолог

Київський національний університет культури і мистецтв (КНУКіМ),

Київ, Україна, thedrozdova@gmail.com

В психологічній науці виокремлюється ціла галузь, що має предметом наукової рефлексії на масовокомунікаційні процеси, – це медіапсихологія. Вивченню та легітимності зазначеної вище галузі допомагають як природні й закономірні соціальні процеси, характерні для розвитку інформаційного суспільства, так і прояви волюнтаристської природи, що суперечать об'єктивним параметрам професійної масовокомунікаційної діяльності. Тому актуальність звернення до медіапсихологічної методології у вивченні феномену масової комунікації зумовлюється багатьма чинниками : деяких змін зазнала функціональність ЗМК, які із засобів інформування, розважання, соціалізації та суспільної інтеграції людини трансформувалася у внутрішній чинник психіки адресата. Саме це мав на увазі відомий канадський футуролог- М.Маклюєна: медіа є подовженням нервової системи [5]. Це означає, що завдяки ЗМК людина розширює свої когнітивні й емоційні можливості , відкриває вікно у Всесвіт , при звичається до опосередкованого досвіду. Під впливом медіапростору змінився адресат, характерними психологічними аспектами якого стали медіазалежність, схильність до набуття опосередкованого досвіду масифікація реакцій. Особливого онтологічного статусу набувають інформаційні війни, основними каталізаторами яких стали масмедіа. Критичний дискурс щодо цієї нової медіареальності, базується на здобутках психології, представленою нею

комплексі знань щодо масифікації психіки людини-адресата, маніпуляційних прийомів як складника комунікаційних технологій. За таких умов вагомою стає роль медіапсихології як галузі психологічних знань щодо специфіки психічних процесів, станів, якостей людини, які обумовлюються мас-медійним впливом.

Засоби масової інформації створюють умови для розвитку людини, оволодіння широким колом інформації. Але в той же час вони активно формують слухача, глядача, тобто споживача [1]. Чи стане він активним суб'єктом культури – залежить від багатьох додаткових факторів: підготовленості людини до взаємодії з медіа (наші навчальні заклади готують її лишень як читача); включеності медіа в її реальне життя; впливу сім'ї [5]. Медіаграмотний викладач (медіапсихолог) має бути здатний критично і усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати визначену дистанцію щодо популярних культурних напрямків і вміти чинити опір маніпуляціям. Надбання та навчання медіаграмотності має надати майбутнім працівникам медіа можливість: розвивати задатки, здібності, знання, вміння і стосунки, що необхідні для аналізу та розуміння методів та способів, які використовуються медіа в конструюванні реальності; одержувати знання та інформацію культурного, соціального, політичного і економічного характеру цих конструкцій і поширюваних ними цінностей; розвивати рівень оцінки й естетичного сприйняття медіатекстів; декодувати медіапосили, щоб розпізнати і зрозуміти культурні цінності, практичну важливість, ідеї, що містяться в них; розпізнавати, аналізувати і застосовувати різноманітність технічного використання і створення медіапродукту; усвідомлювати, що ті, хто створюють (конструюють) медіапродукт, керуються мотивами (контролем, тиском й ін.) – економічними, політичними, організаційними, технічними, соціальними, культурними; розуміти, що майже кожна людина тим чи іншим способом залучена в селективний і аналітичний процес дослідження медіатекстів.

Слід зазначити, що навчання у виші- це не просто процес «передачі» готових знань від викладача до студента, а взаємодія, спосіб здійснення освітнього процесу для розвитку особистості студента в процесі формування професійних компетенцій. Саме тому важливим є впровадження медіапсихологічних технологій – використання різних засобів масової інформації якто : друкованих, електронних, телевізійних, цифрових, соціальних для впливу на особистість, її цілісну та смислову, емоційновольову сферу, індивідуально-типологічні риси, навчальну мотивацію і т. д.[3]. Запропоновані медіапсихологічні технології, на основі рефлексивної взаємодії з медіапсихологічними чинниками, сприяють усвідомленій зміні ціннісного ставлення особистості. А саме:

- аналіз медіапсихологічних чинників формування ціннісної сфери особистості;

- усвідомлення соціально-психологічних механізмів (навіювання, наслідування, переконання, притягнення, емоційне зараження, групову творчість, групову могутність, інтерналізацію, адаптацію) впливу медіа на формування особистості, а саме цінностей;

- аналіз телеконтенту та інтернет контенту, як потужного інструменту для маніпулювання свідомістю особистості; осмислення того, як телеконтент може підвищувати наявності внутрішнього ціннісного конфлікту особистості між «бажаним» і «доступним». Це дає можливість реалізувати індивідуально-типологічний підхід до формування ціннісно-смислової сфери , використовуючи медіапрактики, що передбачає індивідуальний підхід та рекомендації щодо перегляду певного телеконтенту, відповідно до цінностей особистості та в контексті її взаємодії з медіа. Медіапсихологічні технології якнайкраще відповідають принципам особистісного підходу. Їх застосування розширює ефективність подання та сприйняття нового матеріалу, розвиває їх інтелектуальні та творчі здібності. [2] Медіапсихологічні технології – це розвиток внутрішнього потенціалу та потужна мотивація до навчання.

Використання медіапсихологічних технологій в навчальному процесі є доцільним й необхідним. Вони виконують такі основні функції :

- інформаційне забезпечення навчального процесу (доступ до різних джерел інформації);

- активізація навчально-пізнавальної діяльності студентів; підвищення мотивації студентів; •інтерактивність навчання;

- моніторинг та контроль навчального процесу;

- підвищення ефективності засвоєння навчального матеріалу;

- спонукання до творчої діяльності (підготовка презентацій з використанням комп'ютерних програм; участь у відеоконференціях, робота із закордонними студентами і т. д.). Використання та впровадження медіаосвіти та медіапсихології у вищій школі може здійснюватись за напрямками:

- вивчення практики сучасних медіа (медіаосвіта);

- формування медіаграмотності (медіаосвіта)

- формування критичного мислення (медіапсихологія); •формування власної, індивідуальної позиції до медіаінформації (медіапсихологія);

- реалізація творчого потенціалу особистості через медіа (медіапсихологія) [3]

Медіаосвіта і медіапсихологія активно закликають не стояти осторонь масштабного інформаційного потоку, а вчитися фільтрувати все, що сприятиме всебічному розвитку особистості.

Список використаних джерел

1. Закон України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” // Відомості Верховної Ради України. - 1993. - №
2. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручн. Київ: Академія української преси : Ц-р вільної преси, 2012. С. 352.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL : <http://osvita.mediasapiens.ua>.

4. Субашкевич І. Р. Медіапсихологічні технології у підготовці педагогів в умовах вищої освіти. Педагогіка і психологія професійної освіти. 2015. №1. С. 75–83.

5. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб./ [В.М.Петрик, М.М.Присяжнюк, Л.Ф.Компанцева та ін.] ; за заг. ред. Є.Д.Скулиша