

# ПРОБЛЕМА СОЦИАЛИЗАЦИИ СУБЪЕКТОВ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ УНИВЕРСИТЕТА

Ивлев А.А.

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Социализация личности – процесс становления и формирования, который начинается с рождения и продолжается по мере взросления человека и усвоения им социального опыта. Очевидно, что наиболее интенсивно этот процесс происходит в период вузовского обучения, когда потребность в образовании и общении выступает личностно значимой ценностью, учебная деятельность направлена на формирование умений приобретать новые знания, а само студенчество может рассматриваться как наиболее прогрессивная часть молодежи.

Безусловно, сегодня особое место в осуществлении процессов интеграции и социальных изменений принадлежит масс-медиа. Сегодня важный акцент делается на формировании целостной личности как основной движущей силы творческого воздействия на окружающий мир. В этой связи основной задачей высшей школы становится подготовка будущих специалистов, способных осуществлять взаимодействие в современных информационных условиях, предполагающих восприятие и понимание различной информации, овладение технологиями общения на основе различных форм коммуникации [1].

Если раньше парадигма образования выглядела так: преподаватель – учебник – студент. Сегодня взаимоотношения несколько изменились: студент – база электронных ресурсов – преподаватель. В новых условиях от участников образовательного процесса требуется творческий подход, поиск и анализ предлагаемой информации, что проявляется в субъектной позиции. В наибольшей степени это может быть реализовано в рамках целенаправленного образовательного процесса, в основе которого – идеи социализации личности студента, его самоорганизации и саморазвития [1; 2].

Полагаясь на концептуальные выводы Ж. Бодрийера (1983), мы можем говорить о том, что сегодня взаимодействие происходит в эпоху соединений, контактов, обратной связи и всеобщего интерфейса. «Посредством телевизионного образа – а телевидение оказывается предельным совершенным объектом в эту новую эру – наше собственное тело и вся окружающая его вселенная становится неким контролирующим экраном» (Бодрийер).

Современное общество, как и образование, пребывает в век экранов. И с каждого экрана на нас буквально обрушивается самая разная информация. Цифровое изображение в качественном разрешении, 3Д-формат – всё это на наших глазах стало реальностью. С появлением и массовым развитием глобальной сети Интернет в условиях свободы, открытости и гласности мы можем только лишь констатировать то воздействие, которое мы невольно испытываем, когда вместо одного нам вдруг предлагают другое или советуют взглянуть на третье, приглашают, зазывают, нагло переадресуют. От изобилия сменяющих друг друга картинок, смешных, грустных, жестоких, возникает клиповое восприятие мира, действительности. В этом случае рассуждать о качестве того, что

мы видим на экране, и по этому поводу сожалеть порой просто нет смысла. Нужно уметь каждому из нас делать выбор и ограничивать себя от всего ненужного, чтобы не стать объектом воздействия и внушения.

Экранная культура, возникшая вследствие вхождения человечества в новую информационную эру своего существования и появления экрана как главного носителя и передатчика текстов, является важнейшей составляющей компетентностного развития личности и неразрывно связана с формированием новой культуры мышления, чувств, поведения. Выступая продуктом информационного развития личности человека XXI века, экранная культура подчеркивает определяющую значимость средств массовой коммуникации (масс-медиа) в жизни современной молодежи, определяет характерные черты нравственного облика современного специалиста, оказывая существенное влияние на эффективность профессионально-коммуникативной деятельности [3].

Субъектом экранной культуры становится каждый, кто производит и потребляет информационный продукт, представляемый на экране телевизора, дисплее компьютера или плазменной панели в учебной аудитории вуза. Ежедневно субъекты экранной культуры вступают в целенаправленное взаимодействие: обмениваются информацией посредством электронной почты, включают телевизор, чтобы узнать о последних новостях или заполнить свободное время, с этой же целью выходя в Интернет.

Развитие субъектной позиции студентов университета в образовательном социуме представляет собой процесс, возникающий в результате взаимодействий в ходе учебной деятельности и предполагающий обмен знаниями и обогащение информацией путём использования экранных средств коммуникации, что подразумевает межличностный, корпоративный и интеркультурный обмен информацией.

Одной из важнейших характеристик субъектной позиции студентов университета является умение делать выбор, который предполагает как целенаправленный, так и ситуативный поиск информации. Развитие субъектной позиции студентов университета в образовательном социуме способствует повышению общего уровня экранной культуры, выражающегося в умении правильно использовать возможности современных средств коммуникации, грамотно организовывать свою деятельность, ограничивать себя от вредного воздействия телевидения и Интернета.

В условиях глобальной информатизации социума и усиления идеологической значимости медиакультуры социализация личности студентов является перспективным вектором развития современного вуза в связи с компетентностным характером образования и мультимедийным характером медиаобразования. Кроме того, процесс этот опосредован не всегда благоприятной множественностью воздействий факторов массовой коммуникации, ведущее место среди которых занимают Интернет и телевидение, что, со своей стороны, обуславливает педагогическую актуальность обозначенной медиаобразовательной проблематики [4].

Очевидно, что педагогические составляющие проблемы социализации личности студента как субъекта экранной культуры в современном культурно-

образовательном социуме недостаточно раскрыты, что обусловлено существующими противоречиями между:

– главенствующей ролью средств экранной коммуникации в жизни информационного общества и необходимостью выработки педагогической модели социализации личности студента как субъекта экранной культуры – представителя формирующегося поколения с «клиповым» восприятием действительности;

– уровнем знаний студентов в области экранной культуры и субъективными трудностями, связанными с адекватной интерпретацией медийной информации в процессе усвоения жизненного и профессионального опыта;

– потребностями современного общества в специалистах, обладающих высоким уровнем социализации, и недостаточной актуализацией субъективной позиции студентов в масс-медийном пространстве образовательного социума на основе развития информационно-коммуникативных компетенций.

Таким образом, проблема исследования заключена в поиске оптимальных педагогических условий социализации личности студента как субъекта экранной культуры, выступающей не только важнейшей составляющей компетентностного развития современного специалиста, но и позволяющей в известной мере противостоять возможным негативным воздействиям средств масс-медиа путём адекватной интерпретации медиатекстов и освоения механизмов защиты от идеологически-манипулятивного воздействия экрана.

#### *Список литературы*

1. **Каргапольцева, Н.А.** Дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01 Социализация и воспитание личности в Монтессори-образовании / Н. А. Каргапольцева. - Оренбург, 2000 – 378 с.

2. **Кирьякова, А.В.** Аксиология образования. Фундаментальные исследования в педагогике / А.В. Кирьякова [и др.]. – М.: Дом педагогики, ИПК ГОУ ОГУ, 2008. – 578 с.

3. **Негодаев, И. А.** Информатизация культуры : монография / И.А. Негодаев. – Ростов н/Д: ЗАО «Книга», 2003. – 388 с.

4. **Ракитов А.И.** Философия компьютерной революции. – А.И Ракитов. - М.: Политиздат, 1991. – 287 с.