

НЕКАТОРЫЯ АСПЕКТЫ МЕДЫЯАДУКАЦЫ Ў КАНТЭКСТЕ ТЭАРЭТЫЧНЫХ КАНЦЭПЦЫЙ МЕДЫЯ

У кантэксце актуалізацыі праблем сучаснай медыякультуры аналізуюцца тэарэтычныя канцэпцыі, якія адлюстроўваюць негатыўныя метады ўздзеяння медыяасяроддзя на грамадскую свядомасць. Абгрунтоўваецца мэтазгоднасць для Беларусі культуралагічнага падыходу ў медыяадукацыі.

Ключавыя словы: інфармацыйнае проціборства; медыятэкст; медыявірус; канцэпцыя культурнага плюралізму; медыяадукацыя.

Сучасны стан медыякультуры як пасярэдніка паміж грамадствам і дзяржавай, соцыумам і ўладай шмат у чым вызначаецца роляй масмедыя ў фарміраванні грамадскай свядомасці, развіцці творчых здольнасцяў асобы. Таму асабліва актуальнай праблемай становіцца працэс медыяадукацыі, зародкі якога некаторыя даследчыкі звязваюць з пачаткам XX ст. Сапраўды, не толькі дзяржаўныя структуры, але і шматлікія грамадскія і рэлігійныя арганізацыі з пачаткам эры кінематографа і тэлебачання ўсвядомілі патрэбу ў мэтанакіраванай медыяадукацыі. Так, ужо ў 1938 годзе Рымскі Папа Пій XI напісаў энцыкліку аб кінематографе і яго ўздзеянні на моладзь, пераконваючы царкву прыняць усур'ёз усе аспекты новых медыя і ўвесці медыяадукацыю ў школы [6].

Агульнавядома, што негатыўныя метады ўздзеяння медыяасяроддзя на грамадскую свядомасць асабліва ўзмацніліся ва ўмовах масавага ўкаранення інфармацыйных тэхналогій на мяжы XX–XXI стст. У свой час амерыканскі вучоны Герберт Шылер небеспадстаўна сцвярджаў, што масмедыя – гэта сродак для «маніпулявання свядомасцю», мэтай якога з'яўляецца стварэнне і навязванне сацыяльных міфаў, развіццё пасіўнасці і абыякавасці да грамадскіх праблем [5].

Аднак такі погляд падзялялі далёка не ўсе даследчыкі. Так, Э. Тофлер, які разглядае гісторыю як бесперапынны хвалевы рух і крытычна ставіцца да «другой хвалі» (індустрыяльнай эпохі), лічыць, тым не менш, што «трэцяя хваля» павінна вярнуць грамадства ў будучыні да даіндустрыяльнай цывілізацыі, але на новай тэхналагічнай базе, дзе вялікае значэнне будучы мець інфармацыйныя тэхналогіі (медыя) [3]. Тофлер ускладаў на медыя функцыю аб'яднання грамадства, зыходзячы з таго, што медыя – гэта нешта ўсёабдымнае, здольнае інтэграваць мноства элементаў у адзінае цэлае, у тым ліку паяднаць і людзей ва ўзаемазвязаную і ўзаемаўзгодненую супольнасць.

Такім чынам, як паказала практыка, далёка не ўсе сучасныя навукоўцы схільныя разглядаць СМІ як «маніпулятараў свядомасцю». Так, на дум-

ку амерыканскага сацыёлага Дугласа Рошкофа, «уклучанасць» чалавека ў медыятэкст, што гучыць з экрана, не азначае «адключэнне» ад усяго астатняга свету. Ён лічыць, што людзі, якіх узрасцілі медыя, разумеюць іх сімвалічную мову лепш, чым самі стваральнікі медыятэксту, яны добра бачаць усё замаскіраваныя спробы маніпуляцый [7]. Адзіны шлях, якім можа пранікнуць «медывірус» у нашу свядомасць – гэта пашкоджаны праз палітычную, маральную і сацыяльную згодлівасць грамадскі «код». Нельга не пагадзіцца з даследчыкам, што здольнасць да крытычнага ўспрымання інфармацыі заўсёды была і будзе надзейнай абаронай ад «медывірусаў».

Стварэнне адзінай інфармацыйнай прасторы Рэспублікі Беларусь і свету ў цэлым, інтэнсіўнае развіццё масмедыя, асабліва электронных, паскорылі многія сацыяльна-культурныя працэсы, якія адбыліся ў нашым грамадстве за апошнія дваццаць гадоў. Указам № 575 Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь ад 9 лістапада 2010 г. была зацверджана новая рэдакцыя Канцэпцыі нацыянальнай бяспекі нашай краіны. (Першая рэдакцыя Канцэпцыі была прынята ў 1995 г., наступная – у 2001 г.). У Канцэпцыі вызначаны стратэгічныя нацыянальныя інтарэсы: забеспячэнне незалежнасці, тэрытарыяльнай цэласнасці, суверэнітэту, непакіснасці канстытуцыйнага ладу Рэспублікі Беларусь; устойлівае эканамічнае развіццё і высокая канкурэнтаздольнасць беларускай эканомікі, дасягненне высокага ўзроўню і якасці жыцця грамадзян. Разам з тым у новай рэдакцыі Канцэпцыі адным з прыярытэтных напрамкаў вылучана інфармацыйнае забеспячэнне дзяржаўнай палітыкі, складнікам якога выступае інфармацыйнае проціборства. Гэты тэрмін у дзяржаве замацоўваецца ўпершыню. Пад ім разумеецца комплекснае выкарыстанне інфармацыйных, тэхнічных і іншых метадаў, спосабаў і сродкаў для ўздзеяння на інфармацыйную сферу ў мэтах дасягнення палітычных, эканамічных і іншых задач абароны ўласнай інфармацыйнай прасторы. Такім чынам, СМІ выступаюць адным з галоўных сродкаў дасягнення пастаўленых мэт. Упершыню ў Канцэпцыі шляхам комплекснага аналізу сфармуляваны асноўныя тэндэнцыі сучаснага свету на новым гістарычным этапе. Сярод іх зноў жа павышэнне значнасці інфармацыйнай сферы.

У свой час у прадмове да рускага выдання сваёй кнігі «Галактыка Інтэрнэт» Мануіл Кастэльс пісаў пра тое, што багацце, улада, грамадскі дабрабыт і культурная творчасць Расіі XXI стагоддзя шмат у чым будзе залежаць ад яе здольнасці развіць мадэль інфармацыйнага грамадства, прыстасаваную да яе спецыфічных каштоўнасцяў і мэт [1]. Гэтае меркаванне шмат у чым адносіцца і да Беларусі, а таксама іншых краін постсавецкай прасторы, якім засталіся ў спадчыну з таталітарнага сацыялістычнага мінулага многія, падобныя да расійскіх, праблемы.

У гэтых умовах асабліва важнае значэнне набывае медыяадукацыя, заснаваная на спазнанні таго, як ствараюцца і распаўсюджваюцца медыятэксты. А таксама на развіцці аналітычных здольнасцяў індывіда для інтэрпрэтацыі і ацэнкі іх зместу. Мэтай медыяадукацыі з’яўляецца: развіццё здольнасцяў аўдыторыі да крытычнага мыслення, падрыхтоўка яе да жыцця ў дэмакратычным грамадстве; навучанне разуменню сацыяльных, палітычных і эканамічных сэнсаў і падтэкстаў медыятэксту; навучанне індывіда крытычнай аўтаноміі і ўменню творча самавыяўляцца з дапамогай медыя.

Рускі медыяпедагаг А. Фёдараў вылучае некалькі асноўных тэарэтычных падыходаў у галіне медыяпедагагікі. Сярод іх ён называе культуралагічную, сацыякультурную, пратэкцыянісцкую, ін’екцыйную, этычную, семіятычную, эстэтычную, ідэалагічную, ахоўную тэорыі, а таксама тэорыю медыяадукацыі як развіцця крытычнага мыслення. Гэта ўяўленне аб медыя як аб «чацвёртай уладзе», што стварае і распаўсюджвае мадэлі паводзін і сацыяльныя каштоўнасці ў масах. Галоўная мэта медыяадукацыі ў гэтых умовах – навучыць аўдыторыю аналізаваць і выяўляць маніпулятыўныя ўздзеянні медыя, арыентавацца ў інфармацыйнай плыні сучаснага грамадства.

На наш погляд, вялікае значэнне для беларускай супольнасці набывае культуралагічная тэорыя камунікацыі, якую прадстаўляюць канадскі сацыёлаг і публіцыст Х. Мак-Люэн і французскі сацыёлаг А. Моль. Яны разглядаюць масавыя камунікацыі і створаную імі культуру як новы этап сацыяльных зносін. Культуралагічны кірунак у камунікатывістыцы ставіць задачу вывучэння комплексу розных з’яў у глабальнай інфармацыйнай прасторы для падтрымкі культурна-асветніцкіх функцый вяшчальных сродкаў камунікацыі, павышэння іх ролі ў захаванні моўных, літаратурных каштоўнасцяў, разнастайнасці нацыянальных культур. Канцэпцыя культурнага плюралізму абгрунтоўвае неабходнасць захавання мноства этнічных культур у процівагу культурнаму каланіялізму. Паводле культуралагічнай тэорыі медыя вынікае, што медыя хутчэй прапануюць, чым навязваюць інтэрпрэтацыю тэкстаў. Аўдыторыя заўсёды знаходзіцца ў працэсе дыялогу з медыятэкстам і іх ацэнкай. Яна не проста «счытвае» інфармацыю, а ўкладвае розныя сэнсы ў тэксты, якія ўспрымае і самастойна аналізуе. Адсюль вынікае галоўная мэта медыяадукацыі: дапамагчы зразумець, як медыя могуць узбагаціць успрыманне і веды аўдыторыі.

Культуралагічны падыход абумоўлівае прынцыпы і правы навучэнца ў працэсе медыяадукацыі. Да іх адносяцца:

- прынцып добраахвотнага выбару ўзроўню складанасці навучання і прынцып гуманнага суправаджэння навучання;
- прынцып свабоднага доступу да любой медыйнай інфармацыі, якая не з’яўляецца дзяржаўнай або камерцыйнай таямніцай;

– права асобы на гуманную педагогічную інтэрпрэтацыю сваіх навучальных вынікаў і дасягненняў.

У якасці зместу медыяадукацыі тут выступаюць «ключавыя паняцці» (key aspects), роля, якую адыгрываюць у грамадстве стэрэатыпы, што распаўсюджваюцца з дапамогай медыя.

Так, ключавыя паняцці медыяадукацыі ў Брытаніі вызначаюцца наступным чынам:

1. Хто перадае інфармацыю і чаму? Агенцтва медыя (Media Agencies).
2. Які гэта тып тэксту? Катэгорыі медыя (Media Categories).
3. Як гэты тэкст створаны? Тэхналогіі медыя (Media Technologies).
4. Як мы даведаемся пра тое, што гэты тэкст азначае? Мовы медыя (Media Languages).
5. Хто ўспрымае гэты тэкст і які сэнс з яго здабывае? Аўдыторыі медыя (Media Audiences).

6. Як гэты тэкст выяўляе сваю тэматыку? Медыйныя рэпрэзентацыі, пераасэнсаванне (Media Representations)» [4, с. 38].

Існуюць розныя варыяцыі гэтых паняццяў. Напрыклад, амерыканцы Брунер і Тэлі прапаноўваюць зменшыць іх да пяці, а навуковец Д. Букінгэм— да чатарох, скараціўшы да наступных пазіцый: вытворчасць (production), мова (language), пераасэнсаванне (representation) і аўдыторыя (audience).

Аднак гэта зусім не выключае, што медыяпедагог не можа аперываць больш шырокім спектрам паняццяў. Да прыкладу, пры разглядзе «прадукцыі медыя» або «катэгорыі медыя» непазбежна пойдзе гаворка пра такія паняцці, як «від медыя» (тэлебачанне, прэса, кінематограф, радыё) і «жанр медыятэксту» (драма, камедыя, меладрама, дэтэктыў, рэпартаж, аналітычны артыкул). Калі звярнуцца да вызначэння такога ключавога паняцця, як «агенцтва медыя», то яно гучыць наступным чынам: агенцтва – сістэма вытворчасці медыятэксту (людзі, установы, эканоміка, ідэалогія, намеры і вынікі). Такім чынам, ідэалагічныя і палітычныя кампаненты арганічна ўпісваюцца ў аспект «медыяагенцтва».

Неабходна адзначыць, што менавіта гэтыя згаданыя ключавыя паняцці (аспекты) даўно ўжо сталі асновай для медыяадукацыйнага працэсу ў многіх краінах свету і прызнаныя такімі аўтарытэтнымі навукоўцамі, як Харт, Букінгэм, Баўкер, Тайнер і інш. Канадская сістэма медыяадукацыі сёння гэтак жа вядомая, як і брытанская. Зразумела, што на яе значна паўплывалі ідэі М. Маклюэна, хоць досыць моцнае ўздзеянне адчуваецца і з боку вядомых брытанскіх вучоных: Л. Мастэрмана, К. Бэзэлгэта і інш. У адрозненне ад ЗША і іншых краін свету, у Канадзе ніколі не былі папулярныя ідэі «абароны ад медыя». Затое ідэі развіцця крытычнага мыслення і культуралагічных тэорыі, якія прыйшлі з Еўропы, атрымалі вялікае распаўсюджванне. Зрэшты, наўзамен лаканічна сфармуляваным чатыром / шасці ключавым па-

няцям, вылучаным брытанскімі медыяпедагогамі, канадская сістэма медыяадукацыі аддае перавагу больш шырокаму паняццёваму спектру. Да прыкладу, прапануецца восем ключавых паняццяў медыяадукацыі:

- «усе медыятэксты з’яўляюцца вынікам мэтанакіраванага канструявання;
- кожны медыятэкст мае ўнікальную эстэтычную форму;
- форма і змест у медыятэксце цесна ўзаемазвязаны, кожны від медыя мае свае асаблівасці мовы, намеры і кадання рэальнасці;
- медыя стварае рэальнасць;
- аўдыторыя ацэньвае значэнне медыятэксту з пункту гледжання такіх фактараў як пол, раса, узрост, жыццёвы вопыт;
- медыя мае сацыяльна-палітычнае і камерцыйнае значэнне;
- медыя ўтрымлівае ідэалагічныя і каштоўнасныя паведамленні» [4, с. 39].

Апошнія – гэта адаптацыя знакамітага тэзіса М. Маклюэна: *The medium is the message*. (Матэрыя – гэта паведамленне) [2]. Часта гэты выраз перакладаецца як «Медыя – гэта паведамленне». Між тым «Новая брытанская энцыклапедыя» тлумачыць гэтакія слова так: «медыум – гэта матэрыя, выкарыстаная як сродак перадачы сілы або эфекту». Такім чынам, у Маклюэна гаворка ідзе пра тое, што любыя віды матэрыі (у тым ліку, вядома, і любыя медыятэксты) з’яўляюцца паведамленнямі, якія могуць быць успрынятыя тымі ці іншымі суб’ектамі ў тым ці іншым кантэксце, так ці інакш. Вось чаму, як справядліва адзначае А. Фёдораў, пры вывучэнні розных відаў медыя неабходна разглядаць пытанні як мага больш шырокага медыякантэксту, звязаныя з гісторыяй, эканамічнымі механізмамі, уплывам на аўдыторыю, тыповымі жанрамі, персанажамі, спецыфікай мовы, роляй рэкламы. Несумненна, што гэтыя рэкамендацыі слушныя і для нашай беларускай рэальнасці.

Библиографические ссылки

1. Кастельс, М. Галактика Интернет / М. Кастельс. – Екатеринбург, 2004.
2. Маклюэн, М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего; пер. с англ. И. О. Тюриной. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005.
3. Тоффлер, Э. Третья волна; пер. с англ. / Э. Тоффлер. – М. АСТ, 2002.
4. Федоров, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность / А. В. Федоров. – М, 2004.
5. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием; пер. с англ.; науч. ред. Я. Н. Засурский. – М. 2000.
6. Pungente, J. J. More than Meets the Eye: Watching Television Watching Us. Toronto, 1999. // Цитирую по Федоров А. В. Новикова, А. А. Ключевые теории медиаобразования // Преподаем журналистику: взгляды и опыт / Ред.– сост. С. Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во СПб. гос. ун-та, 2006.
7. Вступление. Характер заражения. Дуглас Рашкофф. – Режим доступа: <http://mediavirus.narod.ru/content.html>. – Дата доступа: 09.12.2018.