

10. Смирнов, С. И. Открытая система профессионального образования как системообразующий фактор современной организации практикоориентированного образования / С. И. Смирнов, Д. В. Чаплыгин // Проблемы и перспективы СПО. – 2007. – № 11. – С. 12–15.

11. Солдаткин, В. И. Проблемы создания информационно-образовательной среды открытого образования (по материалам выступления) / В. И. Солдаткин // Университетское управление: практика и анализ. – 2001. – № 4 (19). – С. 14–17.

12. Храмова, М. В. Основные этапы и тенденции формирования системы открытого образования подготовки специалистов / М. В. Храмова // Вестник ТГУ. Гуманитарные науки. Педагогика и психология. – 2012. – Вып. 4 (108). – С. 118–130.

УДК 378.148

С. В. Венідзіктаў

*Магілёўскі інстытут Міністэрства ўнутраных спраў
Рэспублікі Беларусь*

МЕДЫЯАДУКАЦЫЯ І МЕДЫЙНАЯ ГРАМАДЗЯНСКАСЦЬ

Артыкул прысвечаны аналізу ў кантэксце медыяадукацыі медыйнай грамадзянскасці як новага тыпу ўзаемаадносін грамадства і дзяржавы ў інфармацыйнай сферы, здольнага супрацьстаяць тэндэнцыям фарміравання «апрацаванай рэальнасці» ва ўмовах глабалізацыі. Устаноўліваецца сувязь паміж медыйнай грамадзянскасцю і медыяграмадзянскасцю, разглядаюцца рэсурсы іх развіцця ў адукацыйнай прасторы.

Media education and media civicism

The article analyzes in the context of media education media citizenship as a new type of relations between society and the state in the information sphere, capable of resisting the tendency of formation of «treated reality» in the conditions of globalization. A connections between civic media and media literacy are established, resources in the of their development in an educational environment are considered.

Паняцце грамадзянскасці з пункту гледжання комплексу грамадска-палітычных навук (гл. працы Р.С. Байніязова, П.П. Баранова, А.М. Вялічкі, В.Ю. Верашчагіна, С.Г. Кара-Мурзы, В.С. Малахава, А.В. Мартышына, С.Б. Мірзоева, Л.А. Марозавай, А.С. Панарына, В.М. Разіна, В.М. Сінюкова, В.Ю. Шпака і інш.) з'яўляецца адным з базавых пры аналізе ўзаемаадносін паміж індывідам і дзяржавай. У найбольш агульным выглядзе яго можна вызначыць як каштоўнаснае ўсведамленне асобай сваіх грамадзянскіх правоў і

грамадзянскіх абавязкаў на падставе ўяўленняў аб сацыяльнай справядлівасці і суверэнітэце асобы.

Зараз паняцце грамадзянскасці, традыцыйна звязанае з катэгорыямі палітычнымі, ідэалагічнымі і сацыякультурнымі, праходзіць этап пераасэнсавання і пашырэння свайго зместу, што звязана з узрастаннем патрабаванняў да асобы ва ўмовах сацыяльнай трансфармацыі. Адным з істотных кампанентаў новага тыпу грамадзянскасці становіцца інфармацыйны, які адлюстроўвае сфарміраванасць у свядомасці індывідаў медыйнага вобразу сваёй дзяржавы, устойлівасць гэтага вобразу да стыхійных і наўмысных скажэнняў, а таксама выбіральнасць ва ўспрыманні і трактоўцы паведамленняў адпаведнай скіраванасці ў сродках масавай інфармацыі. Такі тып грамадзянскасці мы называем медыйным. І калі асноватворным элементам грамадзянскіх паводзінаў з'яўляецца актыўнасць (палітычная, сацыяльная, эканамічная, прафесійная і г. д.), дык у выпадку з медыйнай грамадзянскасцю гутарку варта весці аб актыўнасці і свядомасці ў ажыццяўленні т. зв. інфармацыйнага выбару (фільтрацыі інфармацыйных плыняў у адпаведнасці з суб'ектыўнымі перавагамі). Падобны тып паводзінаў даследчыкамі нярэдка апісваецца паняццем «медыяактыўнасць».

Актуальнасць закранаемай праблематыкі звязана з тым, што ўмовы глабалізацыі сусветнай палітычнай, эканамічнай і інфармацыйнай прасторы, распаўсюджванне мультыэтнічнасці і мультыкультурнасці, узрастанне ролі тэхналогій і інфармацыі робяць як ніколі вострай праблему падтрымання ўстойлівасці дзяржаўнай сістэмы і захавання ў яе межах нацыянальнай ідэнтычнасці. Інфармацыя, якая дастаўляецца масавай аўдыторыі з дапамогай медыя, мае выгляд «апрацаванай рэальнасці», што не адпавядае арыгіналу; замоўчванне, фрагментацыя, штучнае канструіраванне падзей у сусветнай інфасферы становяцца нормай. Супярэчнасці паміж «унутраным» вобразам дзяржавы, яго ідэальным іміджам, закліканым падтрымліваць устойлівасць грамадскай сістэмы, і вобразам «знешнім», які стыхійна ўтвараецца або наўмысна ствараецца СМІ іншых дзяржаў, ставіць перад шараговым спажывцом масавай інфармацыі заканамернае пытанне: у што верыць і як дзейнічаць? Побывавы ўзровень інфармацыйнай грамадскасці аказваецца недастатковым для самастойнага «канструявання рэальнасці», якая прадвызначае мадэлі паводзінаў у грамадзянскай супольнасці. У сітуацыі, калі ў войнах перамагаюць без адзінага стрэлу, калі супрацьстаянне ўзброенае змяняецца проціборствам інфармацыйным (ужо названым даследчыкамі войнамі шостага пакалення), калі значнасць падзей вызначаецца выключна фарматам іх адлюстравання ў СМІ, а выбар нацыянальнай прыналежнасці і грамадзянскай пазіцыі дыктуецца эканамічнымі выгодамі, фарміраванне

медыйнай грамадзянскасці становіцца для дзяржавы стратэгічнай задачай. І, мабыць, ад яе рашэння напрамую залежыць пераадоленне вышэйназваных супярэчнасцей.

Само паняцце медыйнай грамадзянскасці ў навуковым дыскурсе з'яўляецца новым: першапачаткова яно атрымала распаўсюджванне ў заходняй сацыялогіі, дзе пытанні грамадзянскасці цяпер перажываюць новую хвалю цікавасці. Вельмі паказальнай з'яўляецца адсутнасць яго ўстойлівай і паслядоўнай дэфініцыі. У рускамоўнай прасторы дадзенае паняцце ўжываецца выключна ў кантэксце праблемы фарміравання новых тыпаў адносін грамадства і дзяржавы, эпизадычна згадваецца ў дысертацыйных даследаваннях, але не атрымлівае дэтальнай распрацоўкі. На наш погляд, адным з найбольш перспектыўных напрамкаў даследавання становіцца вывучэнне пытання фарміравання медыйнай грамадзянскасці ў кантэксце праблемы развіцця медыяадукацыі ў межах асобна ўзятай дзяржавы.

Медыяадукацыя выступае сродкам фарміравання медыйнай грамадзянскасці грамадзян, якая ў інфармацыйным грамадстве становіцца такім жа базавым і неабходным элементам агульнай культуры, як у XX стагоддзі – традыцыйная пісьменнасць (уменне чытаць і пісаць на роднай мове). Як адзначае А.В. Фёдараў, «медыяадукацыя ў сучасным свеце разглядаецца як працэс развіцця асобы з дапамогай і на матэрыяле сродкаў масавай камунікацыі (медыя) з мэтай фарміравання культуры зносін з медыя, творчых, камунікатыўных здольнасцей, крытычнага мыслення, уменняў паўнаважнага ўспрымання, інтэрпрэтацыі, аналізу і ацэнкі медыятэкстаў, навучання розным формам самавыяўлення пры дапамозе медыятэхнікі» (пераклад наш – С.В.) [5, с. 96]. Цяпер як ніколі актуальна гучыць фраза М. Маклюэна: «Каб быць паспраўднана пісьменным, трэба быць пісьменным ў свеце медыя...». Міжнародныя арганізацыі (ЮНЕСКА, Савет Еўропы і інш.) усё часцей паднімаюць праблему развіцця – у першую чаргу, у моладзі – разумення дзейнасці СМІ як неабходнага элементу грамадскага жыцця. Напрыклад, у Рэкамендацыі Восьмага моладзевага форуму ЮНЕСКА (29–31.10.2013, Парыж) сцвярджаецца, што «ў парадку дня на перыяд пасля 2015 г. варта надаваць прыярытэтную ўвагу павышэнню якасці сістэм фармальнай адукацыі, асабліва з пункту гледжання вымяраемых вынікаў. У навучальныя праграмы варта ўключыць медыйную і інфармацыйную грамадзянскасці» (пераклад наш – С.В.) [2]. Намаганні міжнародных адукацыйных арганізацый у цяперашні час накіраваны на паглыбленне разумення медыйнай і інфармацыйнай грамадзянскасці на аснове разгляду функцый медыя і інфармацыі, іх ролі ў дэмакратычным дыскурсе і ўдзелу ў грамадскім жыцці, на аснове раскрыцця паняццяў медыйнай і

інфармацыйнай этыкі, навучання метадам пошуку, арганізацыі і ацэнкі інфармацыі.

І.М. Дзелашынскі звяртае ўвагу на тое, што медыяадукацыя як канцэптэуальная мадэль паўстала ў краінах з дамінуючай ліберальнай ідэалогіяй, для якіх характэрным з'яўляецца бурнае развіццё СМІ, што ствараюць велізарную колькасць інфармацыйнага шуму, а паралельна з гэтым назіраецца зніжэнне грамадзянскай актыўнасці, якое выяўляецца ў няўхільным змяншэнні колькасці людзей, што прымаюць удзел у выбарчых кампаніях і іншых формах грамадзянскіх паводзінаў [3].

Фокус спецыяльных даследаванняў тэхнічных, прыродазнаўчых і гуманітарных навук звернуты як на інфраструктуру стварэння, захоўвання, перапрацоўкі і распаўсюджвання інфармацыі, так і на праблему рэфармавання інстытутаў адукацыі (ад школы да ўніверсітэта) і іншых сацыяльных інстытутаў адукацыйнага характару (сям'я, СМІ, палітычнае асяроддзе і інш.), якія здольны падрыхтаваць індывіда да эфектыўнага выкарыстання інфармацыйных рэсурсаў. Задача фарміравання інфармацыйных кампетэнцый следам за ЗША, Канадай і краінамі Заходняй Еўропы паспяхова вырашаецца ў Расіі: праграмы медыяадукацыі ўкараняюцца ў вышэйшых навучальных установах, з'яўляюцца навукова-метадычныя распрацоўкі, адаптаваныя да сістэмы дашкольнай і сярэдняй адукацыі. Па некаторых дадзеных, медыяадукацыя ахоплівае каля 15 % расійскіх школ у гарадах з насельніцтвам больш за 500 тыс. чалавек [6]. У Рэспубліцы Беларусь дадзеная праблема з'яўляецца адносна новай, практычнаму ўкараненню медыяадукацыйных праграм папярэднічае іх абмеркаванне навуковай супольнасцю, канкрэтныя крокі робяцца пакуль выключна на ўзроўні спецыяльных дысцыплін вышэйшых навучальных устаноў, якія рыхтуюць прафесіяналаў для працы ў інфармацыйнай сферы.

Разам з тым, фарміраванне медыйнай грамадзянскасці не здымае з парадку дня задачу станаўлення медыйнай грамадзянскасці. Паміж гэтымі канцэптамі нельга ставіць знак роўнасці: калі першы адаптуе традыцыйную грамадзянскую да інфармацыйных рэалій сучаснага свету, то другі закранае таксама палітыка-ідэалагічны аспект функцыянавання інфармацыйнай сферы. Таму медыяадукацыя, адарваная ад палітычнай сферы і пазбаўленая ідэалагічнага базісу, не можа разглядацца ў якасці паўнаважнага рэсурсу медыйнай грамадзянскасці. У гэтай сувязі дарэчная пастаноўка пытання аб правамернасці існавання разам з нацыянальнымі адукацыйнымі мадэлямі нацыянальных медыяадукацыйных сістэм, якія найбольш поўна адлюстроўваюць патрэбы канкрэтнай дзяржавы ў глабальным медыядыскурсе і здольныя супрацьстаяць знешнім інфармацыйным пагрозам. Распрацоўка такіх сістэм з'яўляецца

задачай, хутчэй, палітычнай, чым адукацыйнай, і ўваходзіць у кампетэнцыю структур дзяржаўнай улады. Даследчыкі звяртаюць увагу на тое, што «медыяадукацыя / медыяграматнасць павінны прывесці да пераразмеркавання палітычнай і сацыяльнай улады. Творчы і крытычны дыялог, роздум, удзел і дзеянне ўключаны ў працэс вывучэння і практыкі, што павінна даць усім супольнасцям і індывідам у грамадстве права на самавыяўленне, развіццё і свабоду, незалежна ад узросту, полу, сацыяльна-эканамічных умоў, культуры, мовы і рэлігіі» (пераклад наш – С.В.) [7, с. 25]. Дж. Гербнер разглядае медыяадукацыю як сродак фарміравання «кааліцыі для пашырэння свабоды і разнастайнасці камунікацыі, для развіцця крытычнага разумення медыя як новага падыходу да ліберальнай адукацыі» (пераклад наш – С.В.) [8].

З нашага пункту гледжання, у Рэспубліцы Беларусь існуюць аб'ектыўныя перашкоды для развіцця медыйнай грамадзянскасці, заснаванай на высокай медыякамунікатыўнай кампетэнтнасці:

1) пазіцыя сродкаў масавай інфармацыі, для якіх тыповая неапраўданая ідэалагізацыя паведамленняў («калі сувязь паміж тым, што хвалюе людзей, і тым, як гэта асвятляецца ў прэсе, губляецца, людзі перастаюць цікавіцца навінамі» (пераклад наш – С.В.) [4, с. 28]);

2) палітычная культура грамадзянскай пасіўнасці, якая складвалася дзесяцігоддзямі па меры таго, як няўдалы вопыт грамадзянскасці крышталізоўваўся ў нормы палітычных паводзінаў;

3) адсутнасць устойлівых традыцый самакіравання лакальных грамадскіх структур;

4) нежаданне грамадзян браць на сябе адказнасць за тое, што адбываецца ў краіне альбо ў рэгіёне;

5) перакананасць ва ўласным бяссілі ўплываць на прыняцце значных рашэнняў або прапаноўваць да грамадскага абмеркавання тыя ці іншыя праблемы;

6) страх грамадзян перад грамадскім жыццём як перад адной з формаў публічнага самавыяўлення;

7) адсутнасць дакладных грамадскіх інтарэсаў, выяўленай групавой ідэнтыфікацыі індывідаў, што перашкаджае ажыццяўленню групавых дзеянняў [1, с. 39–40].

Пытанне аб рэсурсах фарміравання медыйнай грамадзянскасці, здольных часткова нейтралізаваць названыя супярэчнасці, таксама з'яўляецца дыскусійным. Мы да такіх адносім:

1) адукацыйнае асяроддзе, у якім прадугледжана наяўнасць курсаў медыяграматнасці (на розных ступенях навучання), падрыхтаваных з улікам нацыянальнай інфармацыйнай мадэлі і палітычнай дактрыны;

2) медыясферу, якая ўключае ў сябе кантэнт ўсіх відаў сродкаў масавай інфармацыі (як айчынных, так і замежных, даступных для масавага ўспрымання) і якая ажыццяўляе стыхійнае ўздзеянне на грамадзянскую аўдыторыю;

3) сацыяльнае асяроддзе індывіда, што фарміруе суб'ектывізаванае асяроддзе распаўсюджвання медыяпаведамленняў, схільнае да ненаўмыснага скажэння і непадкантрольнае палітычнаму рэгуляванню;

4) палітычную рэальнасць, якая прадвызначае стаўленне грамадзян да інфармацыі ў СМІ і – з другога боку – адчувае наступствы інфармацыйнага выбару аўдыторыі;

5) інстытуты грамадзянскай супольнасці, жыццяздольнасць якіх шмат у чым залежыць ад устойлівасці інфармацыйнай сферы і якія, у сваю чаргу, прадвызначаюць тып грамадзянскіх паводзінаў, дамінуючы ў канкрэтным грамадстве;

6) ідэалагічны клімат у сацыуме, які дазваляе казаць аб такіх катэгорыях, як патрыятызм, грамадзянская, прававая і грамадзянская культура, як аб заўважных феноменах грамадскага жыцця, а не штучных канструктах.

Як бачым, сярод рэсурсаў медыйнай грамадзянскай выразна вылучаюцца тры катэгорыі. Да першай адносяцца рэсурсы, якія ўдзельнічаюць у генерацыі інфармацыйных плыняў (медыясфера), да другой – якія рэгулююць інфармацыю і ствараюць у ёй скажэнні (палітычная сфера, грамадзянская супольнасць), да трэцяй – якія надаюць упарадкаванасць медыяландшафту і канструююць інфармацыйную рэальнасць (адукацыйная сістэма, ідэалагічная сфера). Іх дзейнасць можа быць канструктыўнай толькі пры ўмове адзінства прыярытэтаў усіх актараў палітычнай сферы. Таксама неабходна ўлічваць значную ролю ў фарміраванні медыйнай грамадзянскай (як і іншых яе тыпаў) стыхійных фактараў (уласнага досведу аўдыторыі, уплыву сацыяльнага асяроддзя, фрагментаванасці і дыскрэтнасці паведамленняў, рытуалізацыі падзей у СМІ і інш.). Іх уплыў зваротна прапарцыянальны ўзроўню развіцця ў сацыуме грамадзянскай культуры, што утварае базіс для медыйнай грамадзянскай. Адзначым таксама, што адукацыйныя праекты на буйных тэлеканалах, у друкаваных СМІ і інтэрнэт-рэсурсах задачу фарміравання медыйных кампетэнцый аўдыторыі вырашаць не могуць у сілу таго, што знаходзяцца па іншы бок «інфармацыйнай барыкады»: часта не зацікаўленыя ў развіцці крытычнага мыслення аўдыторыі, арыентуюцца на занадта шырокія аўдыторныя групы, дзейнічаюць з аглядкай на камерцыйную мэтазгоднасць і без належнай каардынацыі з акадэмічным асяроддзем.

Аналіз заходняга вопыту паказвае, што пры наяўнасці свабоднага інфармацыйнага абмену ў грамадстве медыяадукацыя становіцца сродкам

активізацыі дыялогу паміж дзяржавай і грамадзянамі, рэсурсам пераадолення камунікацыйных бар'ераў і фарміравання медыйнай грамадзянскасці. Развіццё ў адукацыйным асяроддзі навыкаў першаснага аналізу медыякантэнт з адначасовай актуалізацыяй паняцця медыякрытыкі, а таксама ўкараненне ў сацыяльную практыку свядомага, актыўнага спажывання прадукцыі СМІ спрыяе развіццю грамадзянскай і прававой культуры, што з'яўляецца неабходнай умовай для аптымізацыі інфармацыйна-камунікатыўнай сістэмы грамадства. Такім чынам, паняцце медыйнай грамадзянскасці набывае асаблівую актуальнасць пры аналізе новага тыпу адносін паміж грамадствам і дзяржавай у інфармацыйнай сферы, прадвызначае эфектыўнасць гэтых адносін з пазіцыі палітычных патрэб, а таксама паказвае перспектывы напрамак для рэфармавання і развіцця адукацыйнага асяроддзя ў XXI стагоддзі.

Спіс асноўных крыніц

1. Вендиктов, С. В. Электронные средства массовой информации Республики Беларусь как фактор формирования правовой и гражданской культуры [Электронный ресурс] : монография / С. В. Вендиктов ; М-во внутр. дел Респ. Беларусь, учреждение образования «Могилевский высший колледж Министерства внутренних дел Республики Беларусь». – Могилев : УО «Могилевский высший колледж Министерства внутренних дел Республики Беларусь», 2014. – 1 электрон. опт. диск (CD-R).
2. Восьмой молодежный форум ЮНЕСКО, 29–31 октября 2013 г. Париж – Итоговый документ [Электронный ресурс] / Официальный портал ЮНЕСКО. – Режим доступа: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002243/224390r.pdf>. – Дата доступа: 08.01.2015.
3. Дзялошинский, И. М. Медиаобразование: педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций? / И. М. Дзялошинский // Медиаобразование: от теории – к практике: сб. материалов II Всерос. науч.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации», Томск, 4–5 дек. 2008 г. / НОУ ВПО ТИИТ ; сост. И. В. Жилавская ; ред. кол.: И. В. Жилавская, Ю. Н. Кириленко (ч. 1), Н. А. Тельцова (ч. 2). – Томск, 2008. – С. 84–103.
4. Мэтьюз, Д. Политика для народа: Граждане в поисках своего места в политике / Д. Мэтьюз. – Москва : Пресс ЛТД Сыновья и дочери, 1995. – 255 с.
5. Федоров, А. В. Медиаобразование в США и Канаде / А. В. Федоров, А. А. Новикова // США и Канада: Экономика, политика, культура. – № 9. – 2004. – С. 96–104.
6. Шариков, А. В. Медиаобразование / А. В. Шариков // Новая российская энциклопедия. – Т. X (2). [Б. м.] : ИНФРА-М, 2012. – С. 133.
7. Feilitzen, S. von. Children and Media. Image. Education. Participation / S. von Feilitzen, U. Carlsson, (Eds.). – Geteborg : The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, Nordicom, 1999. – 483 p.
8. Gerbner, G. Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. / G. Gerbner // The New Citizen. – 1995. – Vol. 2. – № 2.