

Ганна Басавя

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

МІЖКУЛЬТУРНАЯ КАМУНІКАЦЫЯ ЯК ІМПЕРАТЫЎ УНІВЕРСІТЭЦКАЙ АДУКАЦЫІ

Сучасны свет уяўляе сабой шматмерную прастору, у якой перасякаюцца, напластоўваюцца адзін на аднаго бясконцае мноства імкненняў, дзеянняў, матываў і вобразаў, выражаных у разнастайных формах. Гэтая шматстайнасць апасродкавана этнічнымі, сацыяльнымі, пазнаваўчымі і іншымі кантэкстамі, што стварае пэўныя складанасці для разумення і эфектыўнай камунікацыі. Ёсць, аднак, такія віды дзейнасці і такія групы людзей, як, напрыклад, кіруючая эліта, інтэлектуальная эліта (асабліва занятая ў сферы трансляцыі ведаў), і, канечне, журналісты і спецыялісты сродкаў масавай камунікацыі, для якіх удзел у розных дыскурсах з'яўляецца прафесійна неабходным.

Даная праблема вельмі значная для прафесіяналаў СМіК, таму што яны звернуты да шматмільённай аўдыторыі і аказваюць значны ўплыў як на пэўную асобу, так і на грамадства ў цэлым. А ў глабальным свеце ўзнікае такая ж глабальная праблема захавання і развіцця ўласнай культуры на падставе далучэння да сусветнага развіцця. Гэтая супярэчнасць, якая часам набывае характар канфліктнасці, абумоўлена наступнымі прычынамі. З аднаго боку, макракамунікацыя ў грамадстве

заўсёды накіравана на абмен ідэямі: інфармацыяй, каштоўнасцямі, на сацыялізацыю, інтэграцыю культур. З другога боку, з'явіліся абставіны, якія змяняюць дынаміку культуры ў самых глыбінных яе асновах; беспрэцэдэнтная па маштабах магчымасць аб'яднання масавых аўдыторый, дзякуючы новым тэхналогіям – ад ратацыйнай прэсы, кіно і радыё да інтэрнэту; урбанізацыя і індустрыялізацыя, якая прыводзіць да таго, што грамадства становіцца мабільным, нестабільным, грамадства, якое не мае каранёў, адчужаным і, значыць, лёгка маніпулюемым праз каналы масавых камунікацыі.

Адсюль і супярэчнасць роля і магчымасцяў сродкаў масавай інфармацыі і камунікацыі. Яны могуць садзейнічаць дыялогу і ўзбагачэнню культур, а могуць ператварыцца ў інструмент інфармацыйнага насілля. У значнай ступені гэта залежыць ад прафесійнай кампетэнтнасці спецыялістаў сродкаў масавай інфармацыі і камунікацыі, істотнай часткай якой з'яўляецца кампетэнтнасць камунікатыўная.

Сучасная інфармацыйная прастора ставіць перад гэтымі спецыялістамі мноства складаных задач, шэраг якіх знаходзіцца ў рэчышчы міжкультурных зносін. І ва ўсіх сферах роля журналіста – гэта роля медыума, пасрэдніка паміж важнай інфармацыяй і яе спажывцом, паміж словам (тэкстам) і суб'ектам, які яго ўспрымае. Дзеля эфектыўнасці камунікацыі журналісту неабходна вельмі ясна ўсведамляць, наколькі ўскладнілася камунікаванне ў сучаснай інфармацыйнай прасторы. Інфармацыйны выбух, гіперэкспансія рознаўзроўневых інфармацыйных плыняў, вострая канкурэнцыя носьбітаў і каналаў інфармацыі прывялі да таго, што паняцце «тэкст» саступіла экстрапаляванаму паняццю «message» (паведамленне, пасланне, ідэя); паняцце «стыль» – паняццю «дыкурс». Такім чынам і на Беларусі, як ва ўсім свеце, склалася новая сацыякультурная сітуацыя, якая патрабуе абноўленага разумення сутнасці журналісцкай працы і яе метадыкі.

Асноўная ж місія журналіста застаецца нязменнай. Яму неабходна хутка і лёгка арыентавацца ў самых складаных сістэмах знакаў, у камунікатыўных гіпертэкставых іерархіях, каб бачыць і ацэньваць не толькі літаральны «мэсідж», але і прыхаваныя кантэксты, сэнсы, устаноўкі, мэты, бачыць і разумець ідэйную, ідэалагічную скіраванасць дыскурсіўных практык, якія апелююць як да свядомасці, так і да падсвядомасці рэцыпіента.

Менавіта журналіст аператыўна выконвае задачу вылучаць галоўнае ў інфармацыйным патоку, ставіць вызначальныя акцэнтны – ацэначныя, ідэалагічныя; разварочваць зыходны дыкурс у сваё вымярэнне і пераключаць увагу рэцыпіента ў свой кірунак. І тут важна падкрэсліць тую

рысу журналісцкай кампетэнцыі, якую трэба назваць канстытутыўнай: безумоўную патрыятычную заангажаванасць беларускага журналіста. Павага да сваёй краіны і нацыянальнай дзяржаўнасці – гэта перадумова прафесіяналізму. Яна павінна быць безумоўнай, апырнёнай, што не азначае, канечне, што яна мусіць быць абавязкова яўна-гэндэнцыйнай або агрэсіўна-дэманстратыўнай. Яна можа быць імпліцытнай, пазначанай толькі сугестыўна, аднак яна павінна быць неадменнай і незаменнай у прафесійным рыштунку сучаснага беларускага журналіста (у свеце гэтая пазіцыя нават не падлягае абмеркаванню – маецца на ўвазе сама сабою).

Абстрае значнасць усведамлення новых прафесійных задач і яшчэ адна акалічнасць. Тэхнічны прагрэс энергічна заахвочвае сучаснага чалавека да таго, што назвалі кліпавым мысленнем: схільнасцю падмяняць самастойнае асэнсаванне свету спажываннем бліц-інфармацыі, ужо спецыяльна прыгатаванай, расфасаванай па рэкламных слогах і відэакліпах. У гэтым плане журналісту важна разумець і акцэнтаваць адрозненне паміж прывабным культурным і прывабным псеўдакультурным дыскурсамі

Такім чынам, сучасны журналіст мае справу са словам, гіперактыўным і гіпермабільным у сучасных інфармацыйных каналах. Гэта павышае патрабаванні да метадык прафесійнай актуалізацыі інфармацыйных рэсурсаў, да камунікатыўнай кампетэнцыі журналіста.

Прынцыпы, метады і прыёмы фарміравання камунікатыўнай кампетэнцыі журналіста актыўна распрацоўваюцца ў Беларускім дзяржаўным універсітэце, на факультэце журналістыкі і на факультэце павышэння кваліфікацыі і перападрыхтоўкі Інстытута журналістыкі. Так, у комплексе вучэбных дысцыплін, абавязковых для падрыхтоўкі журналіста вышэйшай (універсітэцкай) кваліфікацыі, адным з прыярытэтных для паглыбленага вывучэння з’яўляецца такое праблемнае поле, як міжкультурная камунікацыя. Забяспечваюць вучэбны працэс у названым кірунку найперш новыя адукацыйныя праграмы, што распрацаваны і дзейнічаюць у Інстытуце журналістыкі БДУ.

У кантэксце гэтых гэндэнцый грамадскага развіцця надзвычай важнымі з’яўляюцца пытанні пра маўленчую культуру, якія на сёння стаюць вельмі востра і знаходзяцца ў цэнтры ўвагі выкладчыкаў, вучоных і грамадскіх дзеячаў. Негатыўныя з’явы, што разбураюць мову, на жаль, даволі распаўсюджаныя ў вусным маўленні. Сярод іх памылкі ў націсках, празмернае ўжыванне запазычанняў, зносіны на жаргоне, недакладнасць у словаўжыванні, граматычныя памылкі і іншае. Надзённым з’яўляецца пытанне і пра культуру пісьмовай мовы. Уменне пісьменна пісаць, афарм-

ляць дзелавыя паперы, службовыя дакументы ў адпаведнасці з нормамі стылістыкі і дзелавога этыкету – неабходнае запатрабаванне часу.

Усё гэта вымагае паказу не толькі ўласна моўных асаблівасцей сродкаў масавай інфармацыі, але і разгляду масавай камунікацыі як асобнага тыпу дыскурсу. Натуральна, што ўвага найперш надаецца фактам паспяховасці ці, насупраць, дэфектнасці камунікацыі, а таксама нормам розных тыпаў (інфармацыйнай, моўнай, стылістычнай, камунікатыўнай), якія дзейнічаюць у данай сферы зносін. Акрамя таго, зменлівасць дыскурсу ў СМІ, яго адкрытасць для прамога сацыяльнага ўздзеяння прадвызначае разгляд камунікатыўнага працэсу ў дынаміцы, з абавязковым улікам змен, якія тут адбываліся і адбываюцца. Уплыў журналісцкіх камунікацый настолькі вялікі, што развіццё стратэгіі і мэт функцыянавання СМІ, паводзіны і камунікатыўныя ўстаноўкі выданняў, тэлерадыёканалаў і асобных журналістаў ужо сёння аказваюць уздзеянне на вектар развіцця ўсяго грамадства. Маўленне становіцца мабільным, яму ўласцівыя рысы эліптычнасці, сінтаксічнага згортвання, дыялагічнасці вуснага маўлення, слэнгавасці і інш.

У сваю чаргу, медыяадукацыя з’яўляецца сферай, якая дынамічна развіваецца. Яна патрабуе ад спецыялістаў пастаяннага ўдасканалення кваліфікацыі і росту творчага майстэрства. Медыяпрастора, якая спараджаецца сродкамі масавай інфармацыі, шматмерная: у яе межах адлюстроўваюцца ўсе інстытуцыянальныя формы культуры – эканоміка, палітыка, права, светапогляд. Яна дынамічная – кожны дзень тут трансліююцца паведамленні аб падзеях, якія адбываюцца ў межах усіх гэтых інстытутаў і ў грамадстве ў цэлым. Вытворчасць, распаўсюджванне і выкарыстанне медыяпрадукцыі ў сучасных умовах ажыццяўляецца на высокім індустрыяльным узроўні з ужываннем усё больш дасканалых тэхнічных сродкаў і адпаведных тэхналогій. Таму ў сферы масавай інфармацыі і камунікацыі не толькі адбываюцца тэхналагічныя і арганізацыйныя пераўтварэнні, але ўзнікаюць новыя медыяструктуры, пашыраецца іх узаемапрацікненне і ўзаемадзеянне з іншымі сістэмамі. Асабліва гэта характэрна для такіх сфер прафесійнай дзейнасці індустрыі СМІ і масавых камунікацый, як агульны менеджмент, фінансавы менеджмент, прасоўванне СМІ і ўдасканаленне якасці дызайну, прававой і этычнай культуры журналістаў, прыцягненне рэкламы, удасканаленне кантэнту, тэматычнай мадэлі СМІ і тэхналогіі работы з інфармацыяй і інш.

Зараз як ніколі актуальная праблема зваротнай сувязі з аўдыторыяй сродкаў масавай інфармацыі і камунікацыі. Яна выклікана ўкараненнем спадарожнікавага тэлевізійнага вяшчання, усё большым перапляценнем/сувязцю камп’ютарнай і тэлевізійнай тэхналогій (характэрнай, на-

прыклад. для інтэрактыўнага тэлебачання, калі аўдыторыя мае магчымасць з дапамогай сеткі «Інтэрнэт» удзельнічаць у арганізацыі і развіцці масава-камунікатыўнага дзеяння). Тым самым новая пастаноўка пытання пра зваротную сувязь зноў прыцягвае ўвагу і журналістаў-практыкаў, хаця б у плане асэнсавання паняцця «інфармацыйнае грамадства». Масавую інфармацыю і камунікацыю неабходна разглядаць найперш, як цэласную сацыяльную з'яву, сутнаснай часткай чалавечых узаемаадносін, якая, з аднаго боку, адлюстроўвае факты і падзеі ў жыцці грамадства, а з другога – сама аказвае вызначальны ўплыў на іх фарміраванне.

Як вядома, пытанні гарманізацыі міжкультурных, міжканфесійных, міжэтнічных адносін не толькі не страчваюць сваёй важнасці ў свеце, але з часам відавочна ўскладняюцца і разгаліноўваюцца. Беларусь лічыцца дзяржавай з багатымі традыцыямі талерантнасці ва ўсіх сэнсах гэтага слова, аднак пытанні ў полі сацыяльных і ўласна культурных практык робяцца ўсё больш відавочнымі і для яе насельніцтва. Таму вывучэнне гэтых праблем – адзін з прыярытэтных кірункаў як фундаментальных грамадазнаўчых даследаванняў, так і, у прыватнасці, навучальных праграм Інстытута журналістыкі БДУ. Вопыт вучоных БДУ, назапашаны ў Інстытуце журналістыкі БДУ, з'яўляецца трывалай базай для практыкі фарміравання камунікатыўнай кампетэнцыі сучаснага медыяспецыяліста. У сувязі з гэтым сёння міжкультурная камунікацыя можа быць названа імператывам універсітэцкай адукацыі. Найперш таму, што ўніверсітэцкая адукацыйная прастора (кантынуум універсітэта) не можа быць монакультурная. Універсітэцкая журналісцкая адукацыя можа і павінна рыхтаваць студэнтаў да міжкультурнай адукацыі. Фарміраванне талерантнай самасвядомасці ў гэтым выпадку выступае аксіялагічным ядром міжкультурнай камунікацыі, таму што грамадству асабліва ў апошні час патрэбны людзі з высокім узроўнем сацыякультурнай кампетэнцыі, з развітым пачуццём эмпатыі і талерантнасці, з валоданнем навыкамі міжкультурнай камунікацыі.