

2. Дзялошинский, И. М. Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов : монография / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун, С. Г. Давыдов, О. С. Логунова. – М. : АПК и ППРО, 2015. – 176 с.
3. Федоров, А. В. Медиаобразование и медиаграмотность / А. В. Федоров. – Таганрог : Кучма, 2004. – 340 с.
4. Шавлович, А. П. Информационно-образовательный интернет-ресурс как инструмент развития медиаграмотности молодежи / А. П. Шавлович // Актуальные проблемы социально-гуманитарного знания : материалы III Междунар. студ. науч.-теорет. конф., Минск, 18 апр. 2018 г. / редкол. : А. В. Касович (отв. ред.) [и др.] ; Белорус. гос. пед. ун-т им. М. Танка. – Минск : РИВШ, 2018. – С. 237–239.

Таццяна Падаляк

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт (г. Мінск, Беларусь)

АКСІЯЛАГІЧНЫ ВЕКТАР МЕДЫЯПЕДАГОГІКІ

Працэсы, якія адбываюцца ў грамадстве, закранаюць фундаментальныя каштоўнасныя структуры быцця. Невыпадкова тэарэтыкі і практыкі журналістыкі адзначаюць, што сітуацыя ў сродках масавай інфармацыі пачатку XXI ст. істотна ўскладніла працэс прафесійна-этычнага самавызначэння маладога пакалення журналістаў, фарміравання маральнай дамінанты творчай дзейнасці. У гэтых умовах на парадак дня паўстае задача падрыхтоўкі спецыялістаў, якія б не толькі дасканалы валодалі эмпірычнымі метадамі спазнання рэчаіснасці, трывала засвоілі асноўныя прыёмы журналісцкага даследавання, але і мелі б устойлівыя светапоглядныя ўстаноўкі, развітое пачуццё маральнай і сацыяльнай адказнасці.

Дынамічная сацыяльная практыка, трансфармацыя медыйнай сферы абумоўліваюць узрастанне ролі адукацыйнага фактару, неабходнасць фронтальнага аксіялагічнага падыходу да медыянавування, арыентаванага на дамінантныя сацыяльныя каштоўнасці; павышэнне якасці падрыхтоўкі творчай асобы як суб'екта медыйнай дзейнасці.

Цалкам апраўданы падыход да медыяадукацыі як практыка-арыентаванага навування, якое ажыццяўляецца з дапамогай крэатыўных сродкаў і метадык; шматаспектнае вывучэнне праблем аксіялагічнай кампетэнцыі журналіста як на асобасным узроўні, так і ў межах агульнапрафесійнай парадэгмы. Даследчык В. Іваніцкі вылучыў небяспечную тэндэнцыю, звязаную з імклівым распаўсюджаннем інфармацыйна-камунікатыўных тэхналогій (ІКТ), – так званую эрозію

журналісцкай прафесіі. Страчваюцца прафесійныя стандарты, губляюцца аксіялагічныя арыенціры, абясцэньваюцца «кандыцыі» прафесіі: «Жангліраванне найноўшай тэрміналогіяй без усялякага намёку на яе пераламленне з пункту гледжання журналісцкай практыкі – гэта тая ж пустэча, інфармацыйны гоман пры адсутнасці галоўнага – абмеркавання сучасных тэхналогій здабычы рэальнага факта» [4, с. 56]. Прапісная ісціна: менавіта фактам моцная журналістыка, а ў цяперашні час «мы маем справу з журналістыкай, заснаванай на інтэрпрэтацыі інтэрпрэтацый, падрыхтаваных PR-службамі розных прадпрыемстваў і ведамстваў» [Тамсама]. У гэтай сістэме вытворчасці сучаснага кантэнту фігура журналіста, нацэленага на пошук рэальнага факта, становіцца непатрэбнай, бо не ўпісваецца ў распаўсюджаныя модныя тэхналогіі. Адбываецца працэс адчужэння СМІ ад рэальнага жыцця, і, як вынік, у многіх рэдакцыях запатрабаваны не прафесіянал са сваёй пазіцыяй, а рэрайтар.

Звернем увагу, што сённяшняя журналістыка дэманструе нямала прыкладаў, калі адзін і той жа факт у «рознаскіраваных» медыя часам падаецца з процілеглых пазіцый, яму даюцца зусім розныя ацэнкі і інтэрпрэтацыі. Гаварыць аб дакладнасці журналісцкай інфармацыі ў гэтай сітуацыі праблематычна, як і ўвогуле аб прафесіяналізме, таму што медыяфакт – дакладнае адностраванне фрагмента рэчаіснасці (апісанне пэўнай з’явы, падзеі, працэсу, сітуацыі); вынік ператварэння і творчай інтэрпрэтацыі аб’ектыўнай рэальнасці ў яе інфармацыйны аналаг. Нельга выхопліваць факты па-за кантэкстам агульнага развіцця падзей і спяшацца з вывадамі, калі сутнасць факта не да канца «расшыфраваная»: факты могуць быць аб’ектыўныя па сутнасці, але суб’ектыўныя па ўспрыманні і інтэрпрэтацыі.

У сучаснай журналістыцы пошук, атрыманне і далейшая перапрацоўка факта як галіна прафесійнай дзейнасці «дажывае свой век: у сучаснай сістэме адносін яна стала камерцыйна нявыгаднай і небяспечнай для жыцця», – робіць досыць песімістычны прагноз В. Іваніцкі [4, с. 57]. Мы ж паспрабуем разважаць з пазіцый асцярожнага аптымізму.

Для медыяпедагагікі, на наш погляд, актуалізуюцца аксіяматычныя формулы выдатнага філосафа і педагога Джона Дзюі (John Dewey): «Адукацыйны працэс складае адно цэлае з маральным працэсам» [2, с. 143]; «Цэнтр сацыяльнасці чалавека ляжыць у адукацыі» [2, с. 144]. Пад уплывам ІКТ імкліва змяняецца і медыясістэма, і прафесія. Журналісцкая адукацыя абнаўляецца ва ўсім свеце. Разам з тым у працэсе навучання ў сферы масмедыя важна падключаць перш за ўсё ма-

тывацыйную сферу, каб, як слухна падкрэслівае У. Алешка, «этычна адукаўваць і праграмаваць паводзіны журналіста на сапраўды творчую дзейнасць у любой прафесійнай або нават жыццёвай сітуацыі» [5, с. 5].

Аналізуючы дылемы і дынаміку медыяадукацыі, А. Вартанавы адзначае: «Медыяіндустрыя ўзнімае пытанне пра развіццё традыцыйных і стварэнне новых напрамкаў падрыхтоўкі кадрў... Ставіцца пытанне аб новых кампетэнцыях традыцыйнага журналіста... Пры гэтым сёння яшчэ больш адчувальная патрэбнасць у пісьменных, эрудзіраваных, з шырокім кругаблядам журналістах... У гэтай сувязі прынцып адказнасці перад аўдыторыяй за дакладнасць, аб'ектыўнасць і этычнасць інфармацыі становіцца не проста прынцыпам прафесіі, але галоўнай, стратэгічнай мэтай адукацыйнага працэсу» [1, с. 62]. Аўтары калектыўнай манаграфіі «Журналісцкая адукацыя ва ўмовах канвергенцыі СМІ» слухна падкрэсліваюць, што развіццё журналістыкі вылучае дадатковыя патрабаванні да прафесійных і асобасных якасцей медыяспецыяліста. Журналіст новага пакалення «павінен валодаць неабходнымі ў медыйным асяроддзі прафесійнымі ведамі і інструментальнымі навыкамі, уменнямі і кампетэнцыямі, якія дазваляць яму працаваць ва ўмовах канвергентнага асяроддзя» [3, с. 23]. Аднак атрыманне актуальных для сучаснага медыяспецыяліста кампетэнцый не абвяргае, а, наадварот, узмацняе неабходнасць фарміравання прафесійных і асобасных якасцей, абумоўленых сацыяльнай прыродай і сутнасцю журналістыкі: «Гэтаму спрыяюць інавацыйныя метады навучання, заснаваныя на традыцыях класічнай арганізацыі журналісцкай адукацыі і арыентаваныя як на існуючыя ў прафесійнай практыцы спецыялізацыі журналісцкай прафесіі, так і на падрыхтоўку ўніверсальнага журналіста, здольнага да стварэння інфармацыйнага прадукту ва ўмовах канвергенцыі» [3, с. 24]. Аналізуючы спецыфіку медыяадукацыі ў розных краінах, В. Прозараў гаворыць пра неабходнасць уключаць у вучэбныя планы дысцыпліны, якія развіваюць творчую інтуіцыю, вобразна-асацыятыўныя здольнасці будучых прафесіяналаў: у адукацыйнай журналісцкай прасторы павінен пераважаць не столькі інтэрпрэтацыйны, колькі стваральны складнік [6, с. 189].

Галоўная задача журналістыкі застаецца нязменнай – дакладнае і аперацыйнае інфармаванне грамадства, сістэмнае стварэнне «гісторыі сучаснасці». Забеспячэнне аксіялагічнасці і экалагічнасці інфармацыі ў кантэксце СМІ адбываецца праз прызму каштоўнасных арыентацый журналіста: яны сутнасна ўплываюць на якасныя паказчыкі медыядзейнасці, узровень адэкватнасці адлюстравання рэчаіснасці.

Этыка-аксіялагічны падыход у медыяадукацыі накіраваны на ўсталяванне светапоглядных заканамернасцей трыяды «маральны выбар – прафесійная пазіцыя – сацыяльная адказнасць журналіста».

Практыка-арыентаваная парадыгма медыяпедагогікі прадугледжвае непарыўнае злучэнне прафесіяналізму і маральнасці, распрацоўку і ўкараненне ў практыку медыяадукацыі інавацыйных з’ўрыстычных педагагічна-творчых і выхаваўча-метадычных тэх-налогій, інтэрактыўных метадык і прыёмаў навучання, якія спрыяюць фарміраванню крэатыўных, высокакваліфікаваных, кампетэнтных кадраў. Значная роля ў вырашэнні актуальнай задачы адводзіцца вучэбнай дысцыпліне «Прафесійная этыка журналіста» – фундаментальнаму кампаненту падрыхтоўкі журналістаў, які не зводзіцца да засваення рамяства, а фарміруе панарамнае мысленне творчай асобы, задае сістэму аксіялагічных прыярытэтаў і адэкватнай інтэрпрэтацыі складаных комплексных праблем развіцця сучаснага беларускага грамадства.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Вартанова, Е. Л. Дилеммы и динамика журналистского образования / Е. Л. Вартанова // Журналист (Москва). – 2016. – № 2. – С. 60–65.
2. Дьюи, Д. Реконструкция в философии / Д. Дьюи; пер. с англ. – М. : Логос, 2001. – 168 с.
3. Журналистское образование в условиях конвергенции СМИ / Л. П. Шестеркина [и др.] ; под ред. Л. П. Шестеркиной. – Челябинск : РЕКПОЛ, 2012. – 114 с.
4. Иваницкий, В. Л. Журналистская профессия: опасность эрозии / В. Л. Иваницкий // Журналистика в 2006 году. Профессия – журналист: вызовы XXI века : сб. матер. Междунар. науч.-практ. конф. – М., 2007. – С. 56–57.
5. Олешко, В. Ф. Журналистика как творчество / В. Ф. Олешко. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 222 с.
6. Прозоров, В. В. Власть и свобода журналистики : учеб. пособие / В. В. Прозоров. – 2-е изд., перераб. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 240 с.

Андрей Потребин

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

ПОТЕНЦИАЛ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТА ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВА

Понимание экономической культуры общества как части общей культуры остается едва ли не единственным общепризнанным суждением в трактовках этого явления. Обычно в научной литературе можно встретить определения двух видов. Одни исходят из того, что экономи-