

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІА-КОМПЕТЕНТНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ MEDIA EDUCATION AND MEDIA COMPETENCE OF CIVIL SERVANTS IN PERSPECTIVE

У статті доведено, що медіакомпетентність державного службовця є однією з характеристик його комунікативної компетентності, яка нині набуває все більшого значення. Визначено поняття медіакомпетентності державного службовця; запропоновано шляхи інтеграції технологій розвитку медіанавичок у систему підготовки державних службовців до комунікативної діяльності.

The article shows that the media competence of public servants is one of the characteristics of his communicative competence, which now becomes more important. Also defines the concept of media competence of civil servants, the ways of integrating of technologies of development of media competence to system of training of civil servants to communicative activities.

*Ключові слова: медіаосвіта, медіанавички, медіакомпетентність, державні службовці, медіатизація.
Key words: media education, media skills, media competence, civil servants, mediatization.*

ВСТУП

Медіакомпетентність державного службовця є однією з характеристик його комунікативної компетентності, яка нині набуває все більшого значення. Якщо перефразувати відомий постулат Е. Сепіра про те, що суспільство висловлюється не інакше, як через індивіда, то можемо стверджувати, що держава спілкується не інакше, як через державного службовця.

"Медіатизація" усіх сфер суспільного життя зазнає потужної критики, причому деякі науковці впевнено стверджують, що "медіатизація" суспільно-політичних процесів призводить до занепаду західних моделей демократії, оскільки політичні партії та лідери втрачають зв'язок з електоратом, чий інтерес у класичному розумінні вони мають представляти. "Впевненість, що все сказане політиком, — це "технологія", перетворює на посьміховсько поняття довіри і чесності" [1, с. 10]. Наприклад, масові загальнонаціональні протести в Тунісі, які призвели до відставки президента країни Зін ель-Абідіна Бен Алі (2010—2011 рр.), та схожа ситуація в Єгипті (2011 р.), яка закінчилась відставкою президента Хосні Мубарака, самі мас-медіа називали "coup d'état médiatique" (путчем ЗМІ) через величезну роль постійних "живих" трансляцій масових акцій протесту. ЗМК дійсно стають окремими "акторами" і вирішують, хто отримує доступ до стейкхолдера — аудиторії.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Частково функції медіаосвіти у сфері державного управління перетинаються з аналізом мови політики в рамках політичної аналітики, зокрема, з контент-аналізом джерел інформації та інтен-аналізом політичного дискурсу, які переважно спрямовані на реконструювання уявлень про зовнішній світ, цінності, орієнтації, стереотипи, властиві індивіду, соціальній групі, суспільству в цілому за допомогою текстів ЗМК (праці С.О. Телешу-

на, І.В. Рейтеровича). Проблеми медіакультури та медіакомпетентності стали предметом досліджень зарубіжних та українських науковців, серед яких: Д. Бекінгем, Ж. Гонне, В.П. Конецька, А.А. Левицька, Л. Мастерман, Г.В. Михальова, Л.А.Найдьонова, Г.В. Онкович, Б.В. Потятиник, Г.Г. Почепцов, Б. Туфте, О.В. Фьодоров, Е. Харт, Г. Штромайер та інші. Зокрема, львівська школа медіаекології проф. Б.В. Потятиника, автора праці "Медіа: ключі до розуміння", приділяє немало уваги впливу медійного насилля на молоду аудиторію; київська група медіапедагогів під керівництвом проф. Г.В. Онкович розробляє медіадидактику (сукупність впорядкованих знань, принципів, умінь, методів, способів і форм організації навчального процесу на матеріалі засобів масової комунікації при інтеграції медіапедагогіки з іншими дисциплінами), однак праць, які були б спрямовані на системний розвиток медіакомпетентності та медіанавичок дорослих, і особливо, державних службовців, на нашу думку, досі бракує, що й зумовлює актуальність дослідження.

Невирішені раніше завдання загальної проблеми. При всій різноманітності досліджень, присвячених комунікативній компетентності державних службовців, проблема медіаосвіти державних службовців не була предметом спеціального дослідження. Водночас, існує помітна суперечність між реальними професійними потребами державних службовців у високому рівні медіа-компетентності, з одного боку, і відсутністю системної медіаосвіти, яка сприяла б професійному застосуванню медійних практик та взаємодії з мас-медіа з максимальною користю для суспільства і органів державної влади. Таким чином, вивчення змісту медіаосвіти державних службовців та її технологій, спрямованих на створення організаційно-педагогічних умов, які сприяли б розвитку медіанавичок державних службовців, містить значний науковий потенціал.

Мета статті — обґрунтувати значення медіаосвіти для державних службовців, запропонувати дефініцію медіа-

компетентності державних службовців та її параметри, виявити способи інтеграції технологій розвитку медіакомпетентності державних службовців не лише на рівні інтерпретативних умінь, а на рівні мотиваційних та творчих.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Більшість країн Європи демонструють цілком допустимий ступінь "медіатизації" політики, коли медійні і політичні системи взаємодіють у спосіб, що запобігає надмірно негативному впливу одних на інші: існування безсумнівно впливових ЗМК збалансоване за допомогою не менш (а іноді — і більш) впливових політичних партій та інших політичних інститутів [2]. Немає сумніву в тому, що "реальна політика" досі існує поза зоною охоплення ЗМК, за "зачиненими дверима". Водночас, слушно зауважують Дж. Маззолени та В. Шульц, рано чи пізно вона має пройти через "чистилище" публічної фази, що означає широке використання ЗМК, наприклад, у разі необхідності переконати у правильності ухваленого рішення або отримати підтримку населення чи еліти. Зрозуміло, що при виборі інструменту комунікації слід брати до уваги його специфіку. П. Бурдьє у праці "Про телебачення і журналістику" цитує Е. Гуссерля, який називав усіх, хто хоче донести до всіх результати своєї праці, "чиновниками людства". Оскільки телебачення, як ми вже вказували, збирає зараз в Україні найбільшу аудиторію, то існує навіть необхідність для представників органів державної влади по ньому виступати. "Звідси випливає ціла низка попередніх питань: що з того, що я хочу сказати, може стосуватись всіх? Чи готовий я надати своєму виступу форму, доступну всім? Чи варта вона того, щоб бути почутою усіма? Можна навіть піти далі й запитати: чи має виступ бути зрозумілим для всіх?" [3, с. 26]. Отже, підхід, який тлумачить будь-яку публічну особу як певний "текст", який "читають" ті, кому він адресований, цілком має право на життя. Це стосується всього, що продукує публічна особа: зовнішній вигляд, міміка, жести, промови тощо.

Медіаосвіта (media education) у сучасному світі розглядається як процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі ЗМК (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу і оцінки медіатекстів тощо; навички, отримані в результаті медіаосвіти, називаються медіаграмотністю (media literacy). "Медіаграмотна/медіакомпетентна людина має розвинуту здатність до сприйняття, аналізу, оцінки і створення текстів, до розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа у сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем, що їх використовують медіа; життя такої людини у суспільстві та світі пов'язане з громадянською відповідальністю" [4, с. 9494].

Медіаосвіта інтегрована у навчальні програми у сучасних школах Канади, Австралії, Великобританії та інших країн. З 2012 р. Вчена Рада будь-якого вищого навчального закладу Росії може самостійно ухвалити рішення про запровадження медіаосвіти як варіативного навчання майже за усіма педагогічними напрямками та профілями бакалаврату і магістратури [5, с. 19]. У грудні 2008 р. було ухвалено "Резолюцію Європейського Парламенту з медіаграмотності у світі цифрових технологій", в якій чітко визначено шлях до обов'язкового статусу медіаосвіти у свіч країнах ЄС. Зокрема, медіаосвіту рекомендовано включити як

базову компетентність в європейську програму освіти для людей будь-якого віку — і дітей, і дорослих. Також медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію, "є інструментом підтримки демократії" [6].

Як в Україні, так закордоном, до терміну "медіакомпетентність" вживають багато синонімів, таких як "медіаграмотність", "медіакультура", "інформаційна освіченість", "інформаційна компетентність", "аудіовізуальна компетентність" тощо. Однак хочемо наголосити, що всі ці поняття не є синонімами у строгому термінологічному значенні. На нашу думку, найповніше це поняття роз'яснено у визначенні російського дослідника О.В. Фьодорова: "Медіакомпетентність особистості — це сукупність її мотивів, знань, умінь, навичок (показники: мотиваційний, контактний, інформаційний, перцептивний, інтерпретаційний/оціночний, практико-операційний/діяльнісний, креативний), які сприяють відбору, використанню, критичному аналізу, оцінці і створенню і передачі медіатекстів у різноманітних видах, формах і жанрах, аналізу складних процесів функціонування медіа в соціумі" [7, с. 6].

Якщо для України медіакомпетентність є досить новою дисципліною, то у США, Канаді, Великобританії та інших країнах Європи виросло вже ціле покоління, які сприймають аудіовізуальну інформацію не лише як споживачі, але й як її виробники.

Одна з найстаріших шкіл медіа педагогіки, британська, сповідує принципи "раціоналізму, особистісної автономії та інформування демократії" [8, с. 222]. Вона виникла у 30-х рр. ХХ ст. як напрямок критичного аналізу негативного впливу медіа; із 70-х рр. ХХ ст. дисципліну "Медіакультура" ввели у національний навчальний план. Загалом, завдання медіаосвіти можна звести до таких пунктів: 1) розвиток здатності до сприйняття, декодування, оцінки і аналізу медіатекстів; 2) збільшення обсягу знань політичних, соціальних, культурних підтекстів у медіатекстах; 3) розвиток навичок самовираження за допомогою різних видів медіа; 4) розвиток комунікативних навичок; 5) розвиток навичок інтерпретації медіатекстів та створення медіапродукції. Медіаосвіта для державних службовців більшою мірою має зосередитись на декодуванні, оцінці і аналізі медіа текстів та розвитку медіанавичок для роботи з різними видами мас-медіа (друкованими, аудіовізуальними, електронними) та у різних жанрах. Застосовуючи універсальне висловлювання О. Конта: "Знати, щоб передбачити, передбачити, щоб могли".

Американський дослідник Дж. Заллер у праці "Теорія медіаполітики. Як інтереси політиків, журналістів і громадян формують новини" писав: "Розумні політики знайдуть способи поєднати професійні інтереси журналістів і власну вигоду" [9]. Найпростіший спосіб, на його думку, полягає в наданні журналістам ексклюзивного інтерв'ю. Дж. Заллер виокремлює у співпраці з мас-медіа два постулати:

1) дотримання правила "очікування/значимості" — журналісти мають служити інтересам аудиторії і політики/державні службовці "повинні дотримуватись того, що в сенсі журналістів гідне висвітлення в пресі";

2) дотримання правила "заміни продукту" — журналістам цікаві слова і образи, які відповідають медійному формату. Якщо подія/образ цьому не відповідає: "професіонали, які ненавидять "прес-релізи" (у широкому тлумаченні), будуть "відбиватися" заміною інформації".

Високий же рівень негативної інформації у ЗМК він пояснює реакцією на все агресивніші спроби як органів державної влади, так і фінансово-промислових груп контролювати ЗМК. Цілком згодні з цією позицією, і переконані, що певна боротьба між журналістами і органами державної влади за контроль над змістом інформації є цілком природною ("Новини — це те, чого дехто не хоче, щоб воно було опубліковане; все інше — реклама", — іронізував відомий американський видавець В. Херст).

Інші очікування ЗМК від ньюзмейкера можна звести до наступного: 1) знання предмета (компетентності); 2) правдивості; 3) доброї волі (good will), тобто здатності розуміти думки і почуття цільової аудиторії, співпереживати і виявляти турботу про їхні потреби. Всі ці норми і правила реалізуються через комунікатора (державного службовця), до якого висуваються високі вимоги як щодо компетентності, так і щодо формальних показників комунікативної майстерності (зокрема, він повинен мати чітку артикуляцію, добре володіти інтонуванням, невербальними комунікативними засобами, які передають тональність повідомлення й експресію тощо).

Основною медіанавичок для державних службовців є вміння формулювати "саундбайти" (soundbites — англ. дослівно "шматок звукозапису") або "синхрони" — професійний журналістський термін, який позначає відібраний за звуком і відеорядом уривок "прямої мови" ньюзмейкера, який містить закінчену думку з певного питання. Практика свідчить, що тривалі аргументовані промови майже повністю витіснили яскраві помітні фрази на 4—5 речень з високим потенціалом цитованості у мас-медіа. "Політики, рідко і лише за необхідністю більш чи менш умілі оратори, стурбовані не повним текстом свого виступу, а лише трьома чи чотирма сильними фразами, які гарантуватимуть їх висвітлення в мас-медіа" [10]. Однак, з точки зору відповідності медійному формату — це цілком правильна стурбованість: середній "саундбайт" в інформаційній програмі має тривалість 20—30 секунд (це 4—5 речень, вимовлених у середньому темпі). Ми впевнені, що йдеться не лише про можливість бути процитованим у заголовку: стисло і чітко сформульована фраза запобігає її спотворенню або перекручуванню.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи, можемо стверджувати, що: медіакомпетентність державного службовця є однією з характеристик його комунікативної компетентності, яка нині набуває все більшого значення. "Медіатизація" як становлення особливого типу соціального простору останнім часом зазнає потужної критики як така, що не лише стає на заваді етичній комунікації у суспільстві, а й призводить до занепаду демократії. ЗМК дійсно стають самостійними "акторами", які — на макрорівні — виробляють, естетизують і транслюють соціокультурні коди, на макрорівні — вирішують, хто саме отримує доступ до аудиторії, тобто до стейкхолдера. Однак, говорячи про медіакомпетентність у сфері державного управління, на наш погляд, слід передусім говорити не про аналіз спотворення фактів чи містифікації, а про системну медіаосвіту, яка сприяє професійному застосуванню медійних практик та взаємодії з мас-медіа з максимальною користю для суспільства; медіакомпетентний державний службовець має володіти здатністю до сприйняття, аналізу, оцінки і створення медіа-

текстів, до розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа у сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем, що їх використовують медіа; базовим підходом медіакомпетентності є те, що аудиторія ЗМК скорочує і викривлює медіа-реальність, користуючись наданою мас-медіа інформацією, формуючи її зміст самостійно. До параметрів медіакомпетентності державного службовця ми відносимо не лише інтерпретативні (користувацькі) уміння, а й мотиваційні (мотиви, за якими здійснюється контакт державного службовця з медіапродукцією) та творчі (навички до створення медіатекстів згідно зі специфікою та закономірностями певного засобу мас-медіа), які ми пропонуємо розвивати шляхом активних технологій навчання. Перспективи подальших досліджень полягають у пошуку найбільш оптимальних технологій розвитку медіа-навичок державних службовців та подальшому науково-методологічному обґрунтуванні їх актуальності. Досить перспективним є детальний опис й аналіз упровадження у навчальний процес для державних службовців відповідних різноманітних професійних тренінгів та рольових ігор.

Література:

1. Грінбер Стенлі Б. Виборчий штаб: кампанії п'яти світових лідерів / Переклад з англ. А.Іщенко. — К.: Наука, 2011. — 540 с.
2. Mazzoleni Gianpietro, Schulz Winfried. "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? // Political Communication. — 1999. — Vol. 16, Issue 3. — P. 247—261.
3. Бурдые П.О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т.В. Анисимовой и Ю.В.Марковой. Отв. ред. и предисл. Н.А.Шматко. — М.: Фонд "Прагматика культуры", 2002. — 159 с.
4. Dorr A. Media literacy // M.J. Smelser & P.B. Baltes (Eds.). International encyclopedia of the social and behavioral sciences. — Oxford, England: Elsevier Science Limited, 2001.
5. Федоров А.В., Левицкая А.А., Чельшева И.В., Мурюкина Е.В., Колесниченко В.Л., Михалева Г.В., Сердюкова Р.В. Научно-образовательный центр "Медиаобразование и медиакомпетентность". — М.: МОО "Информация для всех", 2012. — 614 с.
6. Follow-up to the European Parliament resolution on media literacy in a digital world, adopted by the Commission on 4 March 2009 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.europarl.europa.eu/.../spdoc.do?i..
7. Федоров А.В. Медиаобразование: вчера и сегодня. — М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО "Информация для всех", 2009. — 234 с.
8. Buckingham D. The Making of Citizens: Young People, News, and Politics. — London and New York: Routledge. — 235 p.
9. Zaller John. A Theory of Media Politics. How the Interests of Politicians, Journalists, and Citizens Shape the News [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/zaller/media%20politics%20book%20.pdf>
10. Davis A. Public Relations, News Production and changing patterns of source access in the British national media // Media, Culture and Society January. — 2000. — № 22. — P. 39—59.

Стаття надійшла до редакції 14.01.2013 р.