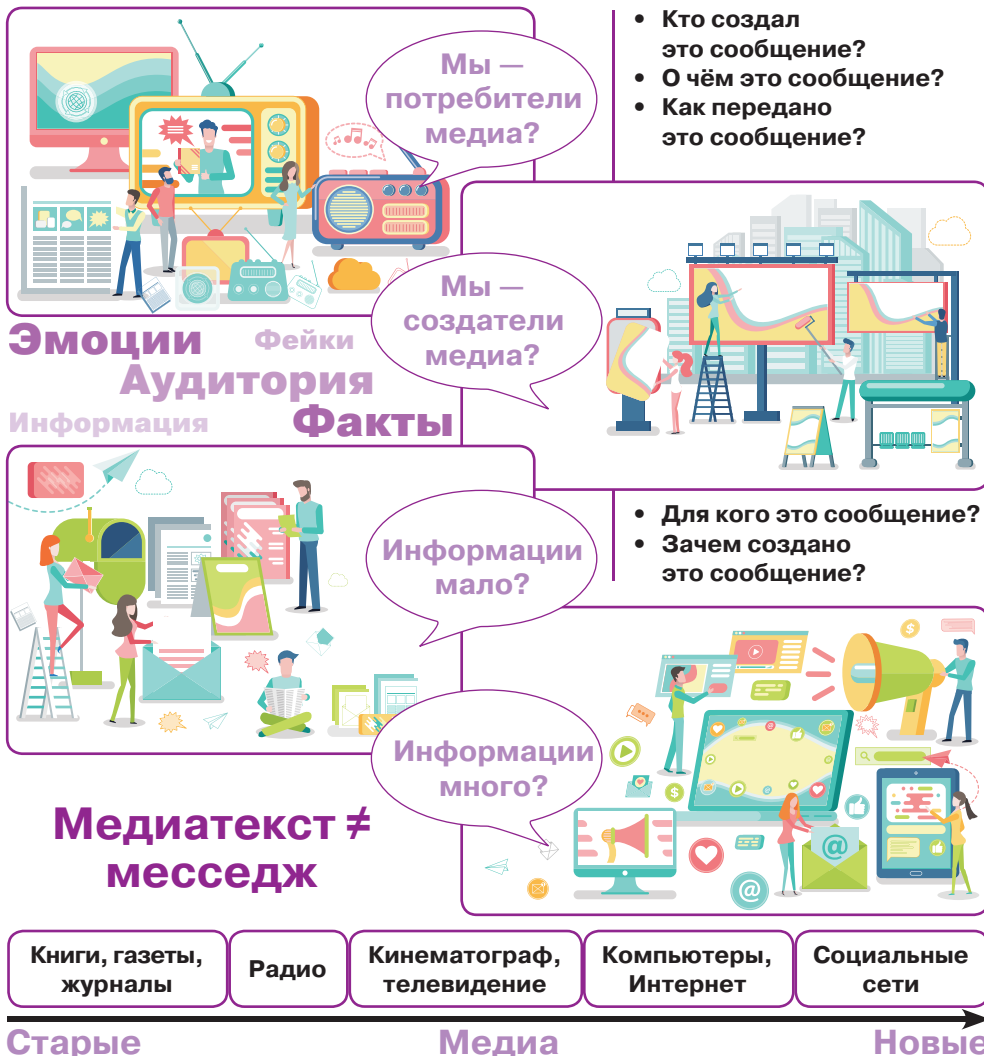


§ 20. Медиакультура современного общества

Медиа отражают реальность или конструируют свою?



Понятие медиа и медиакультуры. *Медиа* — это совокупность информационных средств и способов, служащих для передачи конкретной аудитории сообщения в той или иной форме (печатное слово, музыкальная композиция, радиопередача, фильм и т. п.). К медиа относятся пресса, радио, кинематограф, компьютерные игры, телевидение, Интернет и др.

Одним из первых термин *media* (медиа в широком смысле означает «посредник») для обозначения средств передачи и распространения информации использовал канадский исследователь Маршалл Маклюэн. В своей книге «Понимание медиа: внешние расширения человека» (1964 г.) учёный утверждал, что современные медиа буквально расширяют слух, зрение и осязание и предоставляют новые возможности для обычного человека, позволяя ему мгновенно быть повсюду. ■

С появлением новых технических возможностей каждое следующее медиа дополняет возможности предыдущих. Ранее средством передачи информации являлись книги, газеты и журналы, которые доносили до читателей текст и статический рисунок. Радио добавило звук. Кино и телевидение соединило динамическое изображение, текст и звук.



Детектив



Комедия



Мюзикл



Фантастика

Вспомните, какое событие считается началом кинематографа. Как называется первый белорусский фильм? Когда он был создан? В каком жанре? Назовите известные вам киножанры, кроме перечисленных на иллюстрации. ■

Как в фильмах разных жанров «работают» изображение, движение, звук, цвет? Какие фильмы вы любите смотреть и почему? ■



Интернет стал универсальной платформой, где могут существовать, видоизменяться и развиваться все медиа. Главное, что Интернет привнёс в медиа, — это гипертекст, который связывает различные материалы между собой и даёт нам возможность взаимодействовать с ними, влияя на то, что мы слышим, видим или читаем.

Продуктом медиа являются *медиатексты* — сообщения, тексты, созданные в разных видах и жанрах медиа (например, репортаж по телевидению, онлайн-трансляция, газетная статья, пост в блоге, документальный, художественный фильмы).

Свойства медиатекста

Наличие месседжа (главной идеи, посыла)

Каждый медиатекст содержит определённое послание, несёт главную идею, посыл, который закладывают его создатели. Например, реклама имеет цель не повеселить или просветить нас, а продать товар или услугу, поэтому её главная идея — «купи»

Множественность культурных кодов

В любом медиатексте содержится множество кодов. Например, для того чтобы понимать кинотексты, необходимо знать язык кино — как в фильме «работает» кадр, ракурс, план, звук, цвет

Медийность

Способ создания медиатекста определяется особенностью канала передачи информации (печать, радио, телевидение, Интернет). Например, газеты будут использовать письменную речь, шрифты и иллюстрации, радио — голос, телевидение — видеоряд, Интернет — всё вместе

Публичность и массовость

Приватное сообщение становится медиатекстом, как только оно опубликовано. Медиа почти мгновенно доставляют информацию в любую точку мира. Адресатом медиа является целевая аудитория

Мы должны понимать, что медиа обеспечивает комплексное видение мира, включающее психологические, нравственные, эстетические и политические аспекты. При этом полученное нами из медиа представление о мире и настоящий мир могут не совпадать, то есть медиа создают вполне живую иллюзию, особый мир. Поэтому взаимодействуя с любым медиатекстом, человек должен задавать себе следующие вопросы:

- Кто создал этот медиатекст?
- С какой целью?
- Каким способом?
- Для кого?
- Кто может получить от этого медиатекста пользу?
- Кому он может навредить?
- О чём не говорится в этом медиатексте, а надо бы знать? ■

Медиа выполняют роль посредника, который формирует у человека систему оценочных суждений, жизненную позицию, создаёт общественное мнение.

Особенности медиакультуры. Постоянное взаимодействие с медиатекстами, без которого не существует современной культуры, породило особый вид культуры — медиакультуру.

Медиакультура — культура производства, передачи и восприятия информации, чтения, анализа, оценки и создания медиатекстов, медиатворчества. Благодаря интенсивному развитию информационно-коммуникационных технологий, появлению мобильных телефонов и других гаджетов все мы сегодня являемся не только потребителями, но и создателями медиаконтента.



Уровень медиакультуры личности и общества определяется следующими знаниями и умениями:

Я — медиа

Потребитель

- Знаю, что такое информация и медиа
- Умею искать информацию и проверять её достоверность
- Умею критически оценивать контент
- Умею безопасно использовать и распространять информацию с соблюдением нравственных и правовых норм

Создатель

- Знаю, что такое информация и медиа
- Умею обрабатывать информацию с помощью разных технологий
- Умею создавать и распространять медиатексты с соблюдением нравственных и правовых норм

Мы живём в очень насыщенной информацией среде. За месяц современные медиа производят столько информации, сколько человек XVII в. не получал за всю жизнь. Если в XX в. информация ещё являлась ценностью и её необходимо было уметь добывать, то в XXI в. в первую очередь необходимо уметь фильтровать и ставить барьеры для избыточной информации и фейков (ложной информации). Увеличение объёмов информации привело к потере доверия к ней. Это связано с тем, что в социальных сетях отсутствует свойственная печатным изданиям проверка информации на достоверность. В результате достоверная информация и фейки стоят в одном ряду и между ними трудно найти отличия.

Для того чтобы безопасно использовать и ответственно создавать собственный контент, необходимо знать основные стандарты его качества:

- полнота и точность передачи информации;
- оперативность;
- отделение фактов от мнений и комментариев;
- сбалансированность (представленность разных точек зрения);
- обязательная ссылка на источник информации.

Влияние медиа на культуру личности и общества. В современном обществе медиа играют огромную роль. Благодаря новым ме-

диа (Интернет, социальные сети) мы потенциально обладаем всей накопленной человечеством информацией. Однако, как мы уже замечали, медиа не предоставляют нейтральной информации. Даже такие ресурсы, которые созданы как справочные и избегают оценочных суждений, очень часто редактируются извне для использования в разных целях.

Можно ли использовать Википедию в качестве единственного источника информации?

Википедия создаётся добровольцами со всего мира более чем на трёхстах языках. Свободная энциклопедия входит в пятёрку самых популярных веб-сайтов в мире, но с самого своего основания в 2001 г. является объектом критики. Причина в том, что практически каждый человек может внести свой вклад в создание её статей.



Плюсом или минусом является сохранение Википедией информации про всех авторов, которые вносили правки в статьи?

Отличаются ли статьи об одном событии или личности на разных языках? Почему? ■

Мы ищем объективную информацию, а находим скрытую коммерческую или политическую рекламу. В зависимости от того, на какой интернет-ресурс мы заходим, мы попадаем под влияние владельцев этого ресурса. Создавая для себя новостную ленту, мы выбираем те информационные ресурсы, которые дают нам ожидаемую картину событий. Речь идёт о том, что при помощи медиа мы создаём себе мир, в котором будем чувствовать себя комфортно, мало заботясь об объективности информации в этом искусственном мире.

Поскольку современный человек проводит очень много времени в медиапространстве, оно становится для него источником знаний. Медиа во многом формирует картину мира, определяет предметы общественных дискуссий, навязывает способы решения проблем.





Какие направления развития медиа показаны в данных медиатекстах? Что объединяет эти медиатексты? Чем отличаются их месседжи? ■

Вместе с тем медиа становятся посредником между разными организациями и обществом. Одобрение или неодобрение массовой аудитории корректирует деятельность как отдельных личностей, так и организаций и государств.

Таким образом, мы можем сказать, что роль медиа в современной культуре исключительно велика. Они, формируя образ современного мира, могут оказаться как источником роста ненависти и агрессии, так и фактором совершенствования человеческого общества, служить источником и механизмом успешного межкультурного взаимодействия.



1. Перечислите известные вам медиа. Какие из них можно отнести к старым медиа, а какие к новым?
2. Назовите три приёма, с помощью которых можно проверить достоверность информации в медиа. Проверьте себя с помощью памятки.
3. Охарактеризуйте способы влияния медиа на культуру личности и общества. Приведите примеры на основе анализа актуального медиатекста. ■



Выполните мини-проект «Герои сериалов». Проведите опрос среди сверстников, своих родителей и представителей более старшего поколения и узнайте, какие сериалы и почему они смотрят. Кто является героем и антигероем в сериале? ■