Медиалингвистика

Media Linguistics

УДК 811 + 002. 703.0
ББК 80 + 76.120.8

Ирина Викторовна Ерофеева,
доктор филологических наук, профессор,
Забайкальский государственный университет
(Чита, Россия), e-mail: irina-jour@yandex.ru

Концепт «воспитание» в актуальном пространстве современного медиатекста

В статье представлен концептуальный анализ конструкта воспитание в доминирующих потоках текстовой деятельности современных СМИ. Подчёркивается актуальность исследования, обусловленная экономическими и внутрикорпоративными причинами. Смысловая схема конструкта разворачивается за счёт совокупности фреймов: «процесс системного воздействия», «формирование личности», «адаптация личности», «культ паттернов общественной жизни», «деятельность по передаче новым поколениям общественно-исторического опыта», «установление взаимопонимания с аудиторией и конкретным человеком», «формирование потребности в благе другого».

Концептуальное поле парадигмы «воспитание» аккумулирует интеллектуальные, идейно-политические, духовно-нравственные, трудовые, эстетические составляющие социального статуса человека, вербализированные в современном медиатексте. Автор подчёркивает необходимость комплексных научных исследований возможных способов эффективной текстовой реализации конструкта «воспитания».

Ключевые слова: медиатекст, дискурс СМИ, конструкт воспитание, формирование личности, культуронаследственная функция СМИ.

Irina Viktorovna Erofeeva,
Doctor of Philology, Professor,
Transbaikal State University
(Chita, Russia), e-mail: irina-jour@yandex.ru

Concept ‘Upbringing’ in Actual Space of Modern Media Text

The paper presents a concept analysis of the construct ‘upbringing’ in dominant textual flows of the modern mass media. The research topicality determined by economic and internal reasons is emphasized. A semantic scheme of the construct is shown by the following frame set: ‘process of a system impact’, ‘personality formation’, ‘personality adaptation’, ‘cult of social life patterns’, ‘activities aimed at transfer of social and historical experience to new generations’, ‘establishing mutual understanding with the audience and a specific person’, ‘forming the need in the other’s good’.

A conceptual field of the paradigm ‘upbringing’ accumulates intellectual, ideological and political, spiritual and moral, labor, and aesthetic components of the person’s social status verbalized in modern media text. The author emphasizes necessity in complex research of some ways of effective textual realization of the construct ‘upbringing’.

Keywords: media text, mass media discourse, construct ‘upbringing’, personality formation, cultural inheritance function of the mass media.

Журналистика и воспитание – «вещи несовместимые». Данный постулат прочно закрепился в среде журналистов-практиков и достаточно распространён в научном сообществе, акцентирующем своё внимание либо на «модели независимого наблюдателя» в журналистике, либо на особенностях рыночных СМИ, цели и задачи которых нескончаемо далеки от проблемы воспитания современного человека. Тем не менее, именно информирование и воздействие в процессе коммуникации представляют собой составные части воспитания. И как бы мы ни старались переименовать результаты взаимодействия журналистики и аудитории (эффекты, результативность воздействия и т. д.), суть происходящего неизменна: коммуникатор целенаправленно воздействует на эмоции, интеллект, ментальность читателя/ слушателя/ зрителя,

© И. В. Ерофеева, 2013

тем самым кристаллизуя определённый тип мировосприятия, отношения к себе и окружающей действительности, к важным категориям человеческого бытия: семья, родина, работа, государство, любовь, счастье, мечта и др.

Печатное и устное слово, телевизионное изображение обладают всепроникающей силой, и даже самое объективное информирование синтезирует рациональные, эмоциональные, психологические компоненты, и это всегда профессионально-принуждающее средство формирования взглядов, позиций и в итоге – ценностей. В информационном диалоге журналист, в отличие от любителя того или иного СМИ, находится в сильной позиции: он безраздельно владеет фактурой, отбирает и интерпретирует факты, используя корпоративные алгоритмы и техники, делает их привлекательными для потребителя, моделирует ракурс и оттенки реальности.

Следует признать, что воспитание есть имманентное следствие деятельности современных СМИ. В сложившейся ситуации возможно прогнозировать два варианта развития событий: либо мы признаём данную «природную» функцию журналистики и предпринимаем профессиональные усилия для эффективной организации процесса воспитания, либо продолжаем настаивать на автономности информирования, культивировать иллюзию свободы выбора и всемогущества нашей аудитории, ублажая в доминирующих информационных потоках её сугубо физиологические аппетиты сексуальной тематикой, медиатопикой насилия, развлечения, еды и тела.

Задача «воспитания ресурсами СМИ» коррелирует с совокупностью функций журналистики: социально ориентирующей, ценностно ориентирующей, онтологической, культурно-образовательной, функцией личностной идентификации, функцией интеграции и социального общения и др.

Дефиниция *воспитания* вбирает ряд сем. Воспитание есть процесс систематического воздействия на человека, на его интеллект, физические и духовные силы; это формирование личности в целях её подготовки к участию в общественной, культурной и производственной жизни в соответствии с социокультурными нормативными моделями [1]. Воспитание неразрывно связано с познавательной деятельностью человека, с усвоением информации, позволяющей выработать отношение в целом к миру и обществу, подготовить личность к активному участию в жизнедеятельности социума. Потребность в информации – одно из ключевых желаний человека, поэтому воспитательная задача журналистики заключается в подкреплении данной потребности и в «формировании устойчивых познавательных процессов».

Когнитивное наполнение конструкта *воспитания* определяется единством цели и содержания, соответственно, возможно в указанном концептуальном поле выделить интеллектуальное, идейно-политическое, духовно-нравственное, трудовое, эстетическое и другие направления. Воспитание предполагает целостность процесса, оно связано с всесторонним развитием человека, с формированием различных типов культур: этической, эстетической, психологической, творческой и т. д. Данный процесс призван обеспечивать рост и совершенствование внутреннего потенциала человека [5]. Не случайно у лексем «воспитание» и «питание» один корень, и до реформ Петра I под воспитанием понималось «вскармливание, выращивание».

Следующий фрейм связан с процессом усвоения программы социального поведения. Толковый словарь интерпретирует воспитание как «навыки поведения, привитые семьей, школой, средой и проявляющиеся в общественной жизни» [6, с. 95]. Формирование личности подразумевает принятие неких образцов и навыков поведения и, как результат, реализацию системы целенаправленных общественных действий, позволяющих преобразовывать окружающий мир и самого себя. Основная причина подобного положения вещей, отмечает Ш. Ж. Колумбаева [3], состоит в том, что общественное поведение не запрограммировано природой, и поэтому всякий раз человек вынужден обучаться тому, как понимать окружающий мир и реагировать на него. Виртуально, но особенно красочно и убедительно (в отличие от других социальных институтов – семья, школа), журналистика удовлетворяет одну из ключевых и глубочайших психологических потребностей Homo Sapiens – усвоение набора социальных образцов поведения. С этим инстинктивным началом человека связан ярко представленный в СМИ метод идентификации – отождествления себя с другой медиаличностью, вызывающей восхищение или страх. Уподобление себя значимому образцу, представленному в медиатексте, сопровождается изменением границ «Я» (Ego), иногда доходящим до ощущения полного слияния разных субъектов. Неосознанное подражание провоцирует одновременно аксиологическое отождествление и принятие новых целей и форм ценностей.

Как мы уже отмечали, здоровая идентификация – явление естественное, которое обойти невозможно, человеку в обществе не-

обходимы образцы, герои для подражания, и он бессознательно находится в постоянном поиске соответствующих типажей. Поэтому информационное пространство воспринимается потребителем как кладезь моделей поведения положительных и отрицательных героев, демонстрирующих те или иные духовные, этические и эстетические нормы. Однако специфика рыночных СМИ обуславливает обилие, в первую очередь, отрицательных, асимметричных персонажей (мошенников, грабителей, коррупционеров, «чудиков», гомосексуалистов, маньяков и др.), что явно искажает когнитивные представления человека о мире, провоцирует преувеличение роли и численности подобных людей в современной жизни. Первые ударные новости центральных каналов отечественного ТВ посвящены, как правило, асоциальным героям. Интересен тот факт, что указанные приёмы в психологии журналистики принято называть фрейдистскими, но сам Зигмунд Фрейд (Фройд) в соответствии со своей психоаналитической концепцией определял воспитание как процесс побуждения к преодолению принципа удовольствия и к замещению его принципом реальности.

Есть, несомненно, и положительные примеры. Так, в 2012 году в Забайкальском крае ежегодный конкурс журналистов и средств массовой информации прошёл под эгидой «Наши герои». На конкурс было представлено около 100 материалов, опубликованных в разных каналах коммуникации края и посвящённых героическим и славным поступкам наших земляков.

В психолого-педагогическом научном дискурсе обозначено, что социализация в контексте воспитания – это долгий и непрерывный процесс адаптации личности на биологическом, психологическом и социальном уровнях к потребностям общества [1]. Желательно, чтобы адаптация носила активный характер, для чего человеку должна быть предоставлена свобода творческого выбора его роли в обществе. Известный и талантливый педагог Януш Корчак писал, что каждый воспитанник имеет право блуждать и ошибаться, то есть обладать правом выбора своего жизненного пути [4, с. 11]. Но сама возможность этого выбора должна быть явной. Медиакарта человеческой судьбы обречена быть полнокровной и разной: от случайных детских ошибок до геройских побед и коварных преступлений, только при таких условиях журналистика способна развивать и совершенствовать человеческую природу.

В педагогике среди ключевых фрейм конструкта *воспитания* названо формирование в человеке важнейшей потребности в благе другого, что и определяет его как развитую личность. Эгоистические мотивы в мотивационно-потребностной сфере целостной личности побеждаются мотивами полезной деятельности в определённом социуме.

В идеале журналистика всегда была ориентирована на формирование группового (общественного) сознания и на социальную интеграцию. В современных условиях особенно важными становятся задачи сохранения национальной идентификации, культуры Отечества и основных концептов наивной картины мира, что позволит сплотить социум и достичь общественного согласия. В психологии воспитание рассматривается, в первую очередь, как «деятельность по передаче новым поколениям общественно-исторического опыта» [2]. В данном контексте аудитории массмедиа нужна информационная прививка осознания необходимости преемственности культуры, сохранения традиций России и национальной философии.

Впервые культуронаследственную функцию СМИ обозначил в 1948 г. Г. Лассуэл, назвав средства информации «носителями, трансляторами идеалов и культурного наследия поколений». Учёные выделяют два уровня реализации культуронаследственной функции СМИ. Первый – исторический, или вертикальный, подразумевает передачу ценностей от поколения к поколению. Второй – актуальный, или горизонтальный, связан с процессом вращения культурной информации внутри конкретного социума. Аксиологическая социорегуляция, в зависимости от канала коммуникации, осуществляется тремя методами: материальное воплощение культурной информации (пресса), вербальная репрезентация (радио) и аудиовизуальная (телевидение). К техническому инструментарию тиражирования ценностей можно также отнести разнообразные жанры журналистики, профессиональные стили, имиджи, методы обработки и интерпретации фактуры, технологии текстообразования и воздействия на аудиторию. Несмотря на то, что национальная модель мира автора медиатекста склонна к воспроизведению и объективации в плодах его творчества, важно обратить внимание на сознательный процесс работы со смыслами и идеями отечественной культуры в пространстве текста. Отбор фактуры, ракурс её подачи, уровень её интерпретации, выбор лексики и стилистического каркаса могут быть встроены в родной культурный пласт или, наоборот, будут способствовать болезненной трансформации ментальных конструктов. Умение работать с концептами

российской культуры и бережно относиться к национальной аксиологии в любых типах медиатекста, на наш взгляд, должно стать показателем профессионализма журналиста.

В когнитивное поле конструкта *воспитания* входят также перцептивные задачи журналистики – установление взаимопонимания с аудиторией и конкретным человеком, предоставление возможности общения людей с друг другом, что невозможно без культа идеи «слышать мелодию чужой души, видеть мир глазами других». Положительными эффектами воспитательной работы СМИ являются сострадание и сочувствие, желание помочь нуждающимся, подставить плечо слабому. Напротив, снежный ком деструктивной информации (террористические акты, авиакатастрофы, войны, преступления, насилие и др.) значительно снижает порог чувствительности человека к чужому горю, кровь превращается в «клюквенный сок», Ненорма в Норму, а факт трагедии в объект съёмок на мобильный телефон.

Гармоничное воспитание способствует пониманию своего внутреннего мира, подкреплению индивидуальных ценностей, самоутверждению, а также идентификации с ценностями других. Несомненно, любая трагедия может быть или должна быть информационным поводом, вопрос в том, как рассказывать об этом: превращая факты в статистические цифры и детализированное клипмейкерство или попытаться достучаться до лучших граней души адресата. Знаменательно: в российской культуре концептуализированная сфера смерти и страха разворачивается с помощью фрейм: «страх – страдание – смерть – ненависть – тоска – грех – искупление».

Воспитание ресурсами журналистики – это создание оптимальных информационно-психологических условий для активизации продуктивного, здорового, социально активного образа жизни. Качественное медиапроизведение способно гармонизировать эмоциональное и физиологическое состояние человека. Современные печать, радио и ТВ существуют в формате особой манеры общения – не призывно-митинговой, а доверительно-интимной. Медиатекст может улучшить настроение, предоставить возможность пережить яркие эмоции, с которыми читатель/ слушатель/ зритель редко встречается в жизни, или избавить от нежелательного напряжения, подарить эмоциональную разрядку, помочь уйти от печальной реальности, уменьшить тревогу, забыть о проблемах и неприятностях.

Януш Корчак отмечал, что человек есть беспредельность и целая вечность [4, с. 112]. Главная цель развития личности – возможно более полная реализация человека, его способностей и возможностей, максимально полное самовыражение и самораскрытие себя в обществе. Сложная, многоуровневая система наших потребностей слабо представлена в современном информационном пространстве (которое предпочтительно насыщено низшими потребностями Homo Sapiens, физиологическими инстинктами человека – сексуальным, агрессивным, инстинктом самосохранения): темы полезной еды, здорового тела, страха, насилия, денег, свободы, порядка и т. д. Несправедливо игнорируются высшие потребности человека, непосредственно дающие возможность самореализации, – эстетические, духовные ценности, потребности в познании и понимании. Автор пирамиды потребностей А. Маслоу был уверен, что именно высшие уровни потребностей необходимо развивать, иначе человек начинает мстить обществу за своё душевное неблагополучие.

Особое место в концептуализированной сфере *воспитания* занимает формирование эстетической культуры. В журналистике, плодом творчества которой выступает медиатекст, освоение окружающего осуществляется непременно в эстетической форме. Медиапроизведение, оживлённое композиционным рисунком и украшенное элементами архитектоники, пронизано цепью эстетических категорий: прекрасное, безобразное, гармоничное, трагедия, драма, юмор и др.

Автор постигает действительность не в беспорядочном нагромождении явлений, не в хаотическом скоплении фактов, а в её закономерностях, стройности, уравновешенности и целостности. Канва эстетических суждений ведёт журналиста к общей эстетической оценке своих чувств, представлений, побуждений и поступков. Творческий процесс, как правило, связан с актами эмоционального переживания и душевного (духовного) наслаждения.

В социальной философии эстетическое восприятие рассматривается как особая способность человека чувствовать, не смотреть на окружающий мир, цепляя взглядом штампы, а видеть его. Эстетическая восприимчивость, чуткость формируется не сама по себе, она в конечном итоге результат длительных и напряжённых усилий интеллекта и души как автора медиатекста, так и его потребителя. Доминантой эстетической культуры является способность воспринимать и олицетворять красоту, которая не может быть противопоставлена истине и добру. Эстетика тесно переплетена с духовно-нравственным потенциалом журналиста. БезОБРАЗное, натуралистичное, физиологическое смакование фактуры демонстрирует не только отсутствие эстетического вкуса

(о котором Б. Пастернак сказал: это то, куда Бог поцеловал вещь), но и нищету внутреннего мира автора. Последняя из ролевой позиции, например ввиду информационной политики издания, может превратиться в стиль жизни.

Чтобы подарить эстетику людям, коммуникатор должен обладать её богатством. Профессиональная подготовка будущих журналистов немыслима без эстетического воспитания. Конечно, когда мы говорим о творчестве, возникает разумный постулат различия эстетических вкусов и представлений. Это обусловлено, с одной стороны, различием степеней прекрасного в объективном мире, а с другой – особенностями нравственного, умственного и социального развития личности журналиста. Задача педагога высшей школы не просто заинтересовать идеей истинного профессионального творчества, а сформировать способность живо, остро и чутко воспринимать эстетические параметры, распознавать и понимать прекрасное в жизни, а также творить по законам красоты. Несмотря на «вечное рабочее состояние» и цейтнот в редакционной работе, журналист достоин того, чтобы получать эстетическое наслаждение от самого процесса созидания, способное, в свою очередь, оказывать продуктивное воздействие на духовное развитие личности адресанта и адресата медиатекста.

Итак, СМИ не просто дают аудитории информацию о мире, они производят образы реальности; культивируемая система образов меняет картину мира человека и систему его ценностей. Информирование и воспитание есть причина и следствие, данную аксиому игнорировать уже нельзя. Главной целью – «путеводной звездой» воспитания ресурсами журналистики является создание необходимых информационно-психологических условий для формирования социально активного, всесторонне и гармонично развитого читателя/ слушателя/ зрителя, способного к адекватному восприятию реальности и полноценной жизни в современных условиях. Концептуальными составляющими данной деятельности выступают: передача социального опыта – общечеловеческого и национального, организация информационно-психологических условий для саморазвития человека.

В любых сферах жизнедеятельности социума воспитание – всегда искусство. Без цели, обоснования и средств реализации оно превращается в механику, в каждодневный поток привычных действий, и на этом пути ошибок не избежать. Успех воспитательного процесса возможен при единстве цели и средств её достижения. Но вопрос о формах и технологиях подобной работы, о способах повышения интерактивности СМИ в деле формирования полноценной личности, а не массового человека, о концептуальном наполнении медиаконструкта «воспитания» остаётся открытым и требует комплексных научных исследований.

Список литературы

1. Воспитание как целенаправленная деятельность. URL: http://www.it-med.ru/library/v/vospitanie.htm (дата обращения: 23.12.2012).

2. Дегтяренко Д. Воспитание СМИ и не только… URL: http://www.media-day.ru/opinion/imho/10591/ (дата обращения: 28.12.2012).

3. Колумбаева Ш. Ж., Санникова С. И. Роль СМИ в воспитании духовно-нравственных ценностей подростка. URL: http://www.rusnauka.com/6_NITSB_2010/Pedagogica/59920.doc.htm (дата обращения: 20.12.2012).

4. Корчак Я. Воспитание личности. М.: Просвещение, 1992. 287 с.

5. Никандров Н. Д. Средства массовой информации и воспитание студентов // Вестник университета Российской академии образования. 2010. № 1. С. 8–13.

6. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка / Российская АН; Российский фонд культуры. 3-е изд., стер. М.: АЗЪ, 1996. 928 с.

References

1. Vospitanie kak celenapravlennaja dejatel'nost'. URL: http://www.it-med.ru/library/v/vospitanie.htm (data obrashhenija: 23.12.2012).

2. Degtjarenko D. Vospitanie SMI i ne tol'ko… URL: http://www.media-day.ru/opinion/imho/10591/ (data obrashhenija: 28.12.2012).

3. Kolumbaeva Sh. Zh., Sannikova S. I. Rol' SMI v vospitanii duhovno-nravstvennyh cennostej podrostka. URL: http://www.rusnauka.com/6_NITSB_2010/Pedagogica/59920.doc.htm (data obrashhenija: 20.12.2012).

4. Korchak Ja. Vospitanie lichnosti. M.: Prosveshhenie, 1992. 287 s.

5. Nikandrov N. D. Sredstva massovoj informacii i vospitanie studentov // Vestnik universiteta Rossijskoj akademii obrazovanija. 2010. № 1. S. 8–13.

6. Ozhegov S. I., Shvedova N. Ju. Tolkovyj slovar' russkogo jazyka / Rossijskaja AN; Rossijskij fond kul'tury. 3-e izd., ster. M.: AZЪ, 1996. 928 s.

Статья поступила в редакцию 24 июля 2013 г.