

6060 ჯავჯავაძე

ლიმპირი უზნაძის უსიძოლობის ინსტიტუტი

მედიაგანათლების ძირითადი თეორიები

საკვანძო სიტყვები:

მედიაგანათლება, მედიაგანსწავლულობა, პიროვნების მედიაკომპეტენტურობა, ღანვიში მიღვობა, ანალიტიკური მიღვობა, პრაქტიკული მიღვობა

მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების გავლენა ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებაზე, მათი მნიშვნელობა სხვადასხვა განწყობის ჩამოყალიბების, ქცევის განხორციელებისა თუ უფრო მეტიც – სუბიექტური რეალობის შექმნის პროცესში ეჭვგარეშეა. ამიტომაც პიროვნების ფორმირებისა და აქტივობის განმაპირობებელი სოციალური ფაქტორების შესწავლისას მასმედიის ფუნქციონირების თავისებურებათა გამოვლენა და კვლევა ობიექტური აუცილებლობაა.

მასმედიასთან ურთიერთობა კომუნიკაციის ახალი სახეა. მისი ძირითადი განმასხვავებელი ნიშანია ის, რომ სხვადასხვა ხასიათისა თუ ფორმის ინფორმაციის მიღებასთან ერთად, კონტაქტის შედეგად, ხშირად, ადამიანისთვის მოქმედების ახალი არეალი – ვირტუალური სივრცე იხსნება, რომელიც სუბიექტის ფუნქციონირების ერთერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი ხდება და მისგან გარკვეულ უნარ-ჩვევებს მოითხოვს. სწორედ ამიტომ თანამედროვე სამყაროში საკმაოდ პოპულარულია მედიაგანათლება და იგი განიხილება, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებით პიროვნების განვითარების პროცესი, რომლის მიზანია მედიასთან ურთიერთობის კულტურის ამაღლება, შემოქმედებითი, კომუნიკატორული თვისებების, კრიტიკული აზროვნების, მედიატექსტების სრულფასოვანი აღქმის, ანალიზის, ინტერპრეტაციის, შეფასების უნარების ფორმირება და მედიატექნიკის გამოყენებით თვითგამოხატვის სხვადასხვა ფორმის სწავლება. ამდენად, მედიაგანათლება რამდენიმე მომიჯნავე მეცნიერების (ფსიქოლოგიის, პედაგოგიის, კულტუროლოგიის) მონაცემებს ეყრდნობა, რომელთა შორისაც, პედაგოგიურთან ერთად, კულტურულ-ფსიქოლოგიურ და სოციალურ-ფსიქოლოგიურ ასპექტებს განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭებათ. მათ კონცეპტუალურ ბაზისს მედიაგანათლების თეორიები ქმნიან. კომუნიკაციის აგების თავისებურებები განსხვავებული თეორიების წარმომადგენლებისთვის სხვადასხვაა. სწორედ არაერთგვაროვან მიდგომებზეა დამოკიდებული მედიასთან ურთიერთობის პროცესში სხვადასხვანაირი სოციალური მოლოდინები, მონაწილე მხარეებს შორის როლების განაწილება, განწყობათა შექმნა უნარ-ჩვევების ათვისებისა და გამტკიცების, სამომავლო პერსპექტივების დასახვისა და გამოცდილების გაზიარების დროს, შემოქმედებითი აქტივობისა. ამიტომაც მედიაგანათლების თეორიები განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს.

სამეცნიერო ლიტერატურაში ხშირად გამოიყენება ტერმინი: “მედიაგანსწავლა” (media literac). იგი გულისხმობს ისეთი, “მედიაგანსწავლული” ადამიანის მომზადების პროცესს, რომელსაც აქვს მედიატექსტების აღქმის, ანალიზის, შექმნის, შეფასების, თანამედროვე სამყაროში მედიის ფუნქციონირების სოციოკულტურული და პოლიტიკური კონტექსტებისა და მედიაში გამოყენებული კოდური და რეპრეზენტაციური სისტემების გაგების უნარი. პიროვნების მედიაკომპეტენტურობა არის მოტივების, ცოდნისა და უნარ-ჩვევების ერთიანობა, რომელიც ეხმარება ადამიანს საზოგადოებაში მედიის ფუნქციონირების რთული პროცესების ანალიზისა, უადვილებს მას არჩევანის გაკეთებას სხვადასხვა ჟანრისა და ფორმის მედიატექსტების აღქმისა და შეფასების დროს.

მედიაგანათლება, მედიაგანსწავლულობა და მედიაკომპეტენტურობა ერთმანეთთან მჭიდროდ დაკავშირებული ცნებებია: სამივე ეხმარება ადამიანებს მედიის ენის გაგებაში და საშუალებას

აძლევს მათ ტელევიზიის, რადიოს, ვიდეოს, ინტერნეტის, პრესის, კინემატოგრაფის საინფორმაციო ველის გამოყენებით აქტიურად დაამყარონ საჭირო და სასურველი სხვადასხვა ტიპის კომუნიკაცია.

მედიის ფუნქციისა და დანიშნულების გათვალისწინებითა და მედიისადმი გამოკვეთილი ატიტუდების შესაბამისად, მსოფლიოში არსებობს, ძირითადად, რვა კონცეფცია, რომლებიც სამ ჯგუფად ერთიანდება. [8:13-24].

ეს თეორიებია:

I. „დაცვითი“; II. „ანალიტიკური“; III. „პრაქტიკული“

დაცვითი მიდგომის საფუძველია (უფროსების, პედაგოგების) უარყოფითი ატიტუდი მედიის მიმართ და, აზრი, რომ მედიის მიერ გავრცელებული ინფორმაცია, უმეტესად, დაბალი ხარისხის და საზიანოა მორალური, კულტურული და ა.შ. თვალსაზრისით. ამ ტიპის კონცეფციების მიზანია მედიის გავლენისგან მოზარდების დაცვა და გავლენის ჩანაცვლება “კლასიკური კულტურული ღირებულებებით”. ამ თეორიის მომხრეებისათვის მედიასთან ურთიერთობის პროცესში კომუნიკაციის ორივე მხარე თანაბარუფლებიანი არ არის და მოქმედების საშუალება მხოლოდ მედიას აქვს. მეორე მხარე კი – უმეტესად ბავშვები, გავლენის ობიექტები არიან და ამ პროცესში პასიურ როლს ასრულებენ.

“დაცვით თეორიებს მიეკუთვნება რამდენიმე თეორია:

1. **მედიაგანათლების იდეოლოგიური თეორია.** ამ თეორიის ბაზისური არგუმენტის მიხედვით, მედია მანიპულირებს საზოგადოებრივი აზრით ამა თუ იმ სოციალური ჯგუფების (ერის, კლასების, კლანების და ა.შ). სასარგებლოდ. ბავშვები ყველაზე ადვილად ექცევიან მათი გავლენის ქვეშ და ამიტომ მედიაგანათლების პროირიტეტული მიზანი უნდა იყოს: ა) მაყურებელთა აუდიტორიაში მასობრივი კომუნიკაციის სისტემის შეცვლის სურვილის გაჩენა. (თუ კი ხელისუფლება შორსაა ტოტალიტარული თეორიებისაგან), ან პირიქით: ბ) ჩააგონო ადამიანებს, რომ არსებული მედიასისტემა საუკეთესოა (თუ ხელისუფლება არადემოკრატიულია) და აკრიტიკონ დემოკრატიული მედიის სისტემა.

XX საუკუნის 60-80-იან წლებში არსებობდა იდეოლოგიური კონცეფციის ორი ვარიანტი – “დასავლური” და “აღმოსვლეთ-ევროპული”. “დასავლური” თეორიის წარმომადგენლები ყურადღებას ამახვილებდნენ მედიატექსტების კულტურული, სოციალური და ეკონომიკური ასპექტების კრიტიკულ ანალიზზე, “აღმოსავლურ-ევროპული” თეორიები კი, რომლებიც სოციალისტური ქვეყნებისთვის იყო მნიშვნელოვანი, ხაზს უსვამდნენ კაპიტალისტური ქვეყნების, ანუ დასავლური მედიის კრიტიკული ანალიზის აუცილებლობას [6: 89-134].

ამჟამად მედიაგანათლების იდეოლოგიური თეორია აქტუალური არ არის. მან ტრანსფორმაცია განიცადა. ახლა ყურადღება ექცევა მედიაინფორმაციის არა კლასობრივ შინაარსს, არამედ-პოლიტიკურ-სოციალურ და ნაციონალურ-რეგიონალურ ასპექტებს; აღსანიშნავია, რომ მცირე სახელმწიფოებში მიმდინარეობს აქტიური ზრუნვა მედიაგლობალიზაციისაგან თავისდასაცავად.

2. მედიაგანათლების “პროტექციონისტური” თეორია (“ინექციური”, “დამცველი”, “აცრითი”, “კულტურული ღირებულებების თეორიასაც” თეორია). ზოგჯერ მას მისი წარმომადგენლები ადამიანებზე მედიის უარყოფით ზეგავლენას უპირისპირებენ კლასიკური კულტურული მემკვიდრეობის მარადიულ ღირებულებებს. (მაგ., ანტიკურ ან რენესანსის ხელოვნებას) და მაყურებლის ყურადღების გადატანას სწორედ მათზე ახდენენ. ამ თეორიის მიხედვით, მაყურებელთა აუდიტორია პასიურია, მისთვის ძირითადად გაუგებარია მედიატექსტის არსი (მაგ.: ბავშვები ვერ ხვდებიან, რომ ძალადობის სცენების ჩვენებით მათ ასწავლიან აგრესიულობას) და ამდენად მაყურებლის მედიასთან ურთიერთობა არის პასიურ მომხმარებელზე უარყოფითი ზემოქმედების პროცესი. [9:54].

“პროტექციონისტური” თეორიის თვალსაზრისით, მედიაგანათლების მიზანია შერბილდეს მედიით ზედმეტად გატაცებულობის უარყოფითი ეფექტი, რაც აუცილებლად გულისხმობს

ყოველ ცალკეულ შემთხვევაში რეალობასა და მიწოდებულ ინფორმაციას შორის განსხვავების ჩვენებას და კონკრეტული აუდიტორიისთვის გასაგებ ენაზე მედიის უარყოფითი მხარეების წარმოჩენას. ამ თეორიის მომხრეები თავიანთ პროგრამებში ყველზე მეტ ადგილს უთმობენ სექსიზმისა და ძალადობის უარყოფით გავლენასთან დაკავშირებულ ფსიქოლოგიურ პრობლემებს. ამგვარი მიდგომა განსაკუთრებით გავრცელებულია აშშ-ში, სადაც ჯერ კიდევ XX საუკუნის 30-40-იან წლებში მედია განიხილებოდა, როგორც “კულტურის დეგრადაციის აგენტი”. ეს თეორია ბრალს სდებდა კომიქსებს, “ყვითელ” პრესას საზოგადოებაში უარყოფითი სტერეოტიპების გავრცელების გამო” [3] .

პროტექციონისტურ თეორიას ბევრი მოწინააღმდეგე ჰყავს დასავლეთში, რომლებიც თვლიან, რომ მედია ჩვენი ცხოვრების ნაწილია და ასახავს იმას, რაც არის ირგვლივ [2].

3. მედიაგანათლების ესთეტიკური (მხატვრული) თეორია. მისი თვალსაზრისით მედიაგანათლების ძირითადი მიზანია დაეხმაროს აუდიტორიას და გასაგები გახადოს მისთვის ხელოვნებასთან დაკავშირებული მედიაინფორმაციის მრავალფეროვანი სპექტრის ენა და ძირითადი კანონები, განავითაროს მაყურებლის გემოვნება, ესთეტიკური აღქმისა და მხატვრული მედიატექსტების კვალიფიციური ანალიზის უნარები [10: 3-5].

აღსანიშნავია, რომ მედიაგანათლების ესთეტიკური მიდგომისას უფრო ხელსაყრელ და პრივილეგირებულ მდგომარეობას იკავებს კინოხელოვნება, ვიდრე პრესა და ტელევიზია. “მასწავლებლების მიერ არჩეული ზოგიერთი მედიატექსტი ითვლება “კარგად”, მოსწავლეების საყვარელი ტექსტები კი – “ცუდად”. ღირებულებითი საკითხები – “კარგი “ “ცუდის “წინააღმდეგ – მთავარ პოზიციებს იკავებს [7:291]. ზოგიერთი მეცნიერი, მაგალითად L.Masterman თვლის, რომ ეს თეორია, თავისი არსით, დისკრიმინაციურია, რადგან ის მედიაგანათლების საბოლოო მიზნად აცხადებს მაყურებელთა “კვალიფიციური მსჯელობის უნარის განვითარებას” მედიაინფორმაციის მხოლოდ ხელოვნების სპექტრთან მიმართებაში. მკვლევარი მიიჩნევს, რომ მედიაგანათლების ძირითადი საქმე უნდა იყოს არა მედიატექსტის ხარისხის შეფასება, არამედ მაყურებლების დახმარება, რათა მათ გაიგონ, როგორ ფუნქციონირებს მედია, ვის ინტერესებს წარმოადგენს ის, რა შინაარსისაა მედიატექსტები, როგორ ასახავს ისინი რეალობას და როგორ აღიქვამს მათ აუდიტორია [4: 15-68.]

მედიაგანათლების ესთეტიკური თეორია ძალზე პოპულარული იყო XX საუკუნის 60-იან წლებში ჩრდილოეთ ამერიკასა და დასავლეთ ევროპაში. 70-იანი წლებიდან კი მან დაკარგა პოპულარობა, რადგან მკვლევართა საზოგადოებაში შეიცვალა დამოკიდებულება ამ თეორიის ძირითადი არგუმენტებისადმი და ფართოდ გავრცელდა ატიტუდი თანამედროვე სამყაროში მედიის მხატვრული ღირებულების მნიშვნელობის შემცირების შესახებ.

“დაცვითი” თეორიების მოწინააღმდეგენი ამტკიცებენ, რომ მედიაგანათლებისთვის მთავარი უნდა იყოს მაყურებლის პიროვნება, უნდა ითვალისწინებდნენ მის ინტერესებსა და გემოვნებას, რისთვისაც აუდიტორიას უნდა განუვითარონ არა მარტო კრიტიკული აზროვნების უნარი, არამედ მისცენ მედია სივრცეში საკუთარი არჩევანის დაცვის შესაძლებლობაც.

II. მედიაგანათლებისადმი ანალიტიკური მიდგომა გულისხმობს მაყურებლის კრიტიკული დამოკიდებულების ფორმირებას. “ანალიტიკურ თეორიებს “მიეკუთვნება:

1. **“კრიტიკული აზროვნების ფორმირების” თეორია.** ამ თეორიის კონცეპტუალური საფუძველია მედიის წარმოდგენა “მეოთხე ხელისუფლების” სახით, რომელიც ადამიანთა სხვადასხვაგვარ მასაში ავრცელებს სოციალურ ღირებულებებსა და ქცევის მოდელებს. აქედან გამომდინარეობს მედიაგანათლების მთავარი მიზანიც: დაიცვას საზოგადოება მედიის მანიპულაციური ზემოქმედებისაგან, ასწავლონ თოთოეულ წევრს თანამედროვე დემოკრატიული საზოგადოების ინფორმაციულ ნაკადში ორიენტირება.

ამ თეორიის წარმომადგენლები საჭიროდ მიიჩნევენ მოსწავლეებსა და საერთოდ, მაყურებლებს მიეწოდოთ ცოდნა ინდივიდებსა და საზოგადოებაზე ე.წ. “კოდების “ საშუალებით მედიის ზემოქმედების ნიუანსების შესახებ (მაგალითად, გააცნონ რეკლამის დროს გამოყენებული

სიმბოლოები და პირობითი ნიშნები) და გამოუმუშავდეს მედიატექსტებისადმი კრიტიკული დამოკიდებულება. ითვლება, რომ მრავალმხრივი ინფორმაციის სიჭარბის პირობებში აუდიტორიას უნდა მიეცეს, ერთი მხრივ, ორიენტირი და მეორე მხრივ – კონკრეტული ცოდნა მაყურებლებზე, მკითხველებსა და მსმენელებზე მედიის გავლენის მექანიზმებისა და შედეგების თაობაზე. მათ უნდა შეეძლოს მიწოდებული ინფორმაციის (ხშირად ცალმხრივი და დამახინჯებულის) კრიტიკული ანალიზი და შეფასება, განსაზღვრონ ინფორმაციის წყაროს შესაძლო და შეუძლებელ მტკიცებულებათა სანდოობა, გამიჯნონ სიმართლე და მსჯელობის მიკერძოებულობა, ბუნდოვანი ან ორაზროვანი არგუმენტები; არ წამოეგონ პროპაგანდას, რასაც, ბევრ შემთხვევაში, დიდი წარმატებით ეწევა ტელევიზია.

L.Masterman მიიხსენებს, რომ რადგანაც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა პროდუქცია გაცნობიერებული მოღვაწეობის შედეგია, მაშინვე შესაძლებელია გაირკვეს: 1) ვინ იღებს პასუხისმგებლობას პროდუქციის შექმნაზე, ვინ ფლობს მასმედიას და ვინ აკონტროლებს მას; 2) როგორ მიიღწევა სასურველი ეფექტი? 3) როგორია ასეთი სამყაროს ღირებულებითი ორიენტაცია? 4) როგორ აღიქვამს მას აუდიტორია.

ამრიგად, Masterman ცდილობს კრიტიკული აზროვნებისაკენ განაწიოს აუდიტორია, რათა შეეძლოს ზემოქმედების მექანიზმისა და ინფორმაციის ღირებულებითი ორიენტაციის განსაზღვრა [4: 15-68].

2. **მედიაგანათლების** კულტუროლოგიური თეორია. ამ თანახმად მედია თავს კი არ ახვევს მაყურებელს თავის მოსაზრებებს, არამედ სთავაზობს ინფორმაციას. აუდიტორია მუდმივად დიალოგის პროცესშია მედიატექსტებთან და მუდმივად აფასებს მათ [3: 122]. აუდიტორია უბრალოდ კი არ იღებს ინფორმაციას, არამედ გარკვეულ აზრს დებს ყოველ ცნობასა თუ ნიშანში და დამოუკიდებლად აანალიზებს აღქმულს. სწორედ ამიტომ კულტუროლოგიური თეორიის მიმდევრები მედიაგანათლების მთავარ მიზნად მიიხსენებენ დაეხმარონ მაყურებელს იმის გაგებაში, თუ როგორ შეუძლია მედიას გაამდიდროს მათი აღქმა, წამოღგენები, ცოდნა. მედიაგანათლების ძირითად შინაარსს შეადგენს მისი საკვანძო ცნებები – მედიის მიერ გავრცელებული სტერეოტიპები. აქაც მედიაგანათლების ერთერთი მნიშვნელოვანი ამოცანაა, ასწავლოს მაყურებელს მედიატექსტების კრიტიკული აღქმა და შეფასება

მედიაგანათლების კულტუროლოგიური თეორია საკმაოდ პოპულარულია [1: 91-135][5:52-90.]. კანადაში, ბრიტანეთსა და ევროპის სხვა ქვეყნებში.

3. **მედიაგანათლების** სემიოტიკური თეორია. სემიოტიკოსები ამტკიცებენ, რომ მასმედიის საშუალებები ცდილობენ, დაფარონ თავიანთი ტექსტების მრავალმნიშვნელოვანი ნიშნური ხასიათი, ეს კი აფერხებს ინფორმაციის თავისუფალ გამოყენებას. აუდიტორია, მითუმეტეს ბავშვები, ძალიან პასიურია მედიატექსტების კითხვის თვალსაზრისით, ამიტომ მედიაგანათლების ძირითადი ამოცანა უნდა იყოს ასწავლოს მაყურებელს მედიატექსტების ამოკითხვა [3:120]. ამდენად, მედიაგანათლების ძირითადი შინაარსი ხდება მედიატექსტების კოდები და “გრამატიკა”, ანუ მედიის ენა, ხოლო განათლების სტრატეგია კი – მედიატექსტის დეკოდირების წესების სწავლება, მისი შინაარსის, ასოციაციის, ენის თავისებურებათა და ა.შ. აღწერა.

მედიატექსტებისადმი ანალიტიკური მიდგომით სემიოტიკური თეორია, ისევე, როგორც ესთეტიკური თეორია, ჰგავს “კრიტიკული აზროვნების ფორმირების” თეორიას, ოღონდ იგი არ მოითხოვს საზოგადოებაში მედიის მანიპულაციური როლის შესწავლას.

სემიოტიკური თეორია მედიაგანათლების იდეოლოგიური თეორიის საპირისპიროა, რადგან ყურადღებას ამახვილებს მედიის ენის პრობლემებზე და არა მედიატექსტის პოლიტიკურ ან ეკონომიკურ შინაარსზე.

III. მედიაგანათლების “პრაქტიკული თეორია”. ამგვარი მიდგომა სამეცნიერო ლიტერატურაში მოიხსენიება სახელწოდებით: “მედიაგანათლება, როგორც გამრავლების ტაბულა” (მხედველობაში აქვთ ის ფაქტი, რომ მედიააპარატურის პრაქტიკული გამოყენების უნარი მოითხოვს ისეთივე

ზუსტ ცოდნას, როგორც გამრავლების ტაბულა). “პრაქტიკული თეორიის” მომხრეები მიიჩნევენ, რომ მედიის გავლენა აუდიტორიაზე შეზღუდულია და განათლებისას მთავარია მოსწავლეებმა, სტუდენტებმა, მასწავლებლებმა, ანუ მომხმარებლებმა, ისწავლონ აპარატურის გამოყენება. სწორედ ამის გამო, განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა მედიააპარატურის ტექნიკური მოწყობილობის შესწავლას და მათი დახმარებითსაკუთარი მედიატექსტების შექმნას.

მედიაგანათლებისადმი პრაქტიკული მიდგომა XX სუკუნის 30-50-იან წლებში იყო პოპულარული რუსეთში. თავისი მნიშვნელობა ამ თეორიას დღესაც არ დაუკარგავს და რუსეთში ბევრი მიიჩნევს, რომ ტექსტების ანალიზს განსაკუთრებული მნიშვნელობა არა აქვს, ტექნიკური უნარების განვითარება კი მეტად პრაქტიკული და საჭიროა [8:17].

მედიაგანათლებისადმი პრაგმატულ მიდგომას თავისი დადებითი მხარე უთუოდ გააჩნია, რასაც ბევრი მეცნიერი აღიარებს. მაგალითად, აუდიოვიზუალური მედიაგანათლების ევროპული ასოციაციის პრეზიდენტმა D.Schretter-მა შეიმუშავა ვიდეოსიუვეტის შექმნის პროცესში მსმენელთა ჩართვით ვიდეოკამერის, ვიდეომაგნიტოფონის და ტელემონიტორის საშუალებით მედიის ენის სწავლების სისტემა. მისი აუდიტორია პრაქტიკული საქმიანობით სწავლობს ეკრანის ხელოვნების თეორიულ საკითხებს (“რაკურსი”, “კადრი” და ა.შ.). პრაქტიკული საქმიანობით შემოქმედებითი უნარების განვითარება უდაოა და ამდენად, მედიაგანათლების ამგვარი პრაქტიკული მიდგომაც, გარკვეუწილად, გამართლებულია. ამას არ უარყოფენ მედიაგანათლების სხვა თეორიების წარმომადგენლებიც. ოღონდ მათთვის პრაქტიკული საქმიანობა მეორადი აქტივობაა. ამრიგად, ამ თეორიის მიმდევრებისთვის მაყურებელი აქტიური სუბიექტია, კომუნიკაციის დამყარება კი გულისხმობს მოცემული აპარატურის გამოყენების პრაქტიკული და შემოქმედებითი უნარების ფორმირებას. მედიასთან ურთიერთობა განიხილება, როგორც მიღწევის საშუალება და ისინი, მასმედიას გავლენის ერთერთ მნიშვნელოვან სოციალურ ფაქტორად არ მიიჩნევენ.

მედიაგანათლების პრაქტიკული თეორია კონცეპტურად ახლოს დგას კიდევ ერთ თეორიულ მიდგომასთან, რომელიც მედიაგანათლებას მიიჩნევს “აუდიტორიის მოთხოვნათა დაკმაყოფილების წყაროდ”. ამ თეორიის მიმდევრები მიიჩნევენ, რომ მედიის გავლენა აუდიტორიაზე შეზღუდულია და აუდიტორიას თვითონ შეუძლია მედიატექსტის არჩევა საკუთარი მოთხოვნების შესაბამისად. ამდენად, მედიაგანათლების ფუნქციაა დაეხმაროს მომხმარებელს საკუთარი სურვილებისა და მიდრეკილებების შესატყვისად მაქსიმალური სარგებელი მიიღოს მედიისაგან. ეს კონცეფცია მოთიანად ეწინააღმდეგება “ინექციურ” თეორიას: თუ იგი კონცენტრირებულია მედიის უარყოფით გავლენაზე, “აუდიტორიის მოთხოვნათა დაკმაყოფილების წყაროს” თეორია მნიშვნელობას ანიჭებს მედიის მოქმედების დადებით შედეგებს.

თეორია “მედიაგანათლება, როგორც მოთხოვნათა დაკმაყოფილების წყარო” ახლოს არის მედიაგანათლების, როგორც “კრიტიკული აზროვნების” ფორმირების თეორიასთან, რადგან ორივეს მიზანია მოსწავლეებს განუვითაროს მედიატექსტის კრიტიკული შეფასებისა და სწორად არჩევის უნარი. თუმცა, განსხვავება მაინც არის: პირველ შემთხვევაში მედიაპედაგოგები აქცენტს აკეთებენ მედიაინფორმაციის “დადებით” მხარეებზე, მეორე შემთხვევაში კი – უარყოფითზე, ანუ ცდილობენ აუდიტორიის დაცვას მედიის მანიპულაციებისგან. ამრიგად, მედიაგანათლების პროცესში თეორიული კონცეფციის შესატყვისი კომუნიკაციის მიზნები, ამოცანები და რეალიზაციის საშუალებები ერთმანეთისგან განსხვავებულია.

ლიტერატურა:

1. Barthes, R. (1964). Elements de Semiologie. Communications, 4, 91-135.
2. Bazalgette, C., Bevort, E., Savino, J. (Eds.) (1992) Media Education Worldwide: UNESCO, 256 p.
3. Kubey, R. (Ed.). (1997). Media Literacy in the Information Age. New Brunswick (USA) and London (UK): Transaction Publishers, 484 p.
4. Masterman, L. (1997). A Rational for Media Education. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick (USA) and London (UK): Transaction Publishers, 15-68.
5. Metz, C. (1964). Le Cinema: Langue ou langage? Communication, N 4, 52-90.

6. Piette, J. & Giroux, L. (1997). The Theoretical Foundation of Media Education. In: Kubey, R. (Ed.). Media Literacy in the Information Age. New Brunswick (USA) and London (UK): Transaction Publishers, 89-134.
7. Tyner, K. (1998). Literacy in the Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information. Mahwan, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 291 p.
8. Федоров А.В. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. 13-24.
9. Federman, J. (Ed.) (1997). National Television Violence Study. Vol. 2. Santa Barbara: Center for Communication and Social Policy University of California, 54 p.
10. Fehlman, R. (1999). Reflections of a Classroom Film Teacher. In: Telemedium. Vol. 45. N 2., 3-5.

Nino Chavchavadze
On the Main Theories of Media Education

Resume

When studying the social factors determining the individual's formation and activity, it becomes necessary to look at the specificity of mass media functioning because of its impact on the individual's everyday activity.

Relationship with the mass media is a new type of communication requiring, from the individual, certain skills. Media education is believed to be a personality development process through mass communication means.

Media education theories provide a conceptual basis for the cultural-psychological and social-psychological aspects of media education.

The theoretical ground for the 'practical' approach is treating media as a customer satisfaction resource. The function of media education is to develop in viewers necessary practical skills.

Different theoretical approaches determine the peculiarities of social expectations in the process of communication, distribution of roles among the participants, acquisition of skills and formation of dispositions for creative activity.

მიმოხილვა, რეზიუმე, რეკონსტრუქცია

ნოდარ ბელქანია

თბილისის ჯავახიშვილის სახ. უნივერსიტეტი

ნეოსოკრატული საუბარი როგორც ჯგუფური დისკუსიის მეთოდი

პირითაღი ტერმინები: მაიეუტიკა, ნეოსოკრატული საუბარი, ჯგუფური დისკუსია, სამოქალაქო საზოგადოება.

საუბარი

ძველი ბერძნები განასხვავებდნენ ფილოსოფიური საუბრის ორ სახეს – ერისტიკას და დიალექტიკას. სიტყვა „ერისტიკა“ მომდინარეობს კამათის, განხეთქილების ქაღალდზე Epic -იდან და ნიშნავს ისეთ კამათს, რომელშიც მოკამათე ცდილობს სხვადასხვა ნამდვილი თუ ფსევდო არგუმენტების მოხმობით ჩიხში შეიყვანოს მოწინააღმდეგე და მიაღწიოს გამარჯვებას. კამათის ამ მეთოდს ფართოდ იყენებდნენ სოფისტები. დიოგენე ლაერტი ამგვარი კამათის შემომტანად პირველ სოფისტ პროტაგორას მიიჩნევს [2; IX, 52].

უფრო გავრცელებულია სიტყვა „დიალექტიკა“. ძველბერძნული διαλεκτική τεχνη ნიშნავს საუბრის ხელოვნებას, საუბრის ტექნიკას. ანტიკურობიდან დღემდე დიალექტიკის ცნებამ არაერთი სახეცვლილება განიცადა. სოკრატესთვის ის ფილოსოფიური დიალოგის სინონიმია და გულისხმობს საუბარს, რომელიც მიმდინარეობს არგუმენტირებული კითხვა-პასუხის ფორმით და რომლის მიზანიც მოსაუბრეთა მიერ ჭეშმარიტების ერთობლივად დადგენაა. ერისტიკისგან განსხვავებით, მისი მიზანი არ არის თანამოსაუბრის დამარცხება ან რამენაირი დამცირება. პირიქით, დიალოგიდან ორივე მხარე გამარჯვებული და გაძლიერებული გამოდის, მაშინაც კი, როდესაც მთავარი მიზანი – ჭეშმარიტების გარკვევა – მიღწეული არაა, როგორც ეს არაერთხელ ხდება, მაგალითად, პლატონის ე. წ. აპორეტიკულ დიალოგებში.

დიალოგი, საუბარი, როგორც ადამიანთა შორის ურთიერთობის ძირითადი ფორმა, მომდევნო ეპოქებშიც იქცეოდა ფილოსოფოსთა, ხელოვანთა და მეცნიერთა ყურადღებას. არსებობს მრავალი ბრძნული გამონათქვამი, რომელიც მხატვრული ფორმით გამოხატავს სიტყვის, საუბრის უდიდეს მნიშვნელობას ადამიანებისთვის. გავიხსენოთ სულხან-საბა ორბელიანის „უტკესი და უმწარესი“ ან „ენით დაკოდილი“ ან თუნდაც გოეთეს ცნობილი ზღაპარი [3; გვ. 15], რომელშიც ოქროს მეფე ეკითხება გველს, როგორც სიბრძნის მატარებელს: – „რა არის ოქროზე ღირებული?“. – „სინათლე“, პასუხობს გველი. – „რა არის სინათლეზე ცხოველმყოფელი?“ – „საუბარი“.

ლოკოთერაპიის შემქმნელი, ავსტრიელი ფსიქიატრი ვიქტორ ფრანკლი პირველ ფსიქოთერაპევტად სოკრატეს მიიჩნევდა. სოკრატე საუბრისას იყენებდა ე. წ. მაიეუტიკის მეთოდს (ძველბერძნ. μαευτική τεχνη - ბებიაქალის ხელოვნება). სოკრატე ამ მეთოდის წყალობით ახერხებდა იმას, რომ მისი თანამოსაუბრე თავად მიდიოდა ისეთ ჭეშმარიტებამდე, რომელიც მანამდე მისთვის უცნობი და მიუწვდომელი იყო. სოკრატეს, მისივე სიტყვებით, აქ მხოლოდ დამხმარის, ბებიაქალის ფუნქცია ეკისრებოდა. სხვა სიტყვებით, ის თანამოსაუბრეს გამზადებულ პასუხებს კი არ აძლევდა, არამედ კითხვა-პასუხის მისეული მეთოდით მხოლოდ ეხმარებოდა, სინათლეზე გამოეტანა მასში აპრიორულად მოცემული ჭეშმარიტებანი [6:359-360].