

МЕДИА — МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ — РАЗВИТИЕ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ

*Д. Е. Григорова**

Медиа сегодня занимают особое место в жизни человека, все в большей степени заполняя его культурное пространство. Наиболее остро проблема места и роли СМИ стоит по отношению к подросткам.

Жизнь современного человека протекает в информационной среде, которую невозможно представить без медиа (средств массовой информации), приобретших особую значимость в последние полвека. В связи с чем актуальной становится проблема роли и места СМИ. Роль медиа настолько велика, что современное общество называют не только «информационным», но и «медиа-тизированным», т. е. в большой степени зависящим от СМИ. Расширяющееся медиа-пространство активно влияет на культурные, социальные и психологические ценности, формируя и изменяя наши установки и модели поведения. Масс — медиа сегодня представляют собой систему неформального образования и весьма существенно влияют на усвоение людьми всех возрастов широкого спектра социальных норм, на формирование ценностных ориентаций личности. Возможности медиа огромны, и эти возможности должны использоваться на благо людей, однако, иногда, с их помощью может осуществляться осознанное или неосознанное негативное воздействие на личность.

Наиболее остро проблема места и роли СМИ стоит по отношению к подросткам. Ведь, именно этот возрастной период является самым трудным, и самым ответственным периодом развития ребенка. Так как именно этот возраст характеризуется активным процессом формирования и социализации личности. Знаменуя собой переход

Работа подготовлена в рамках аналитической ведомственной целевой программы «Развитие научного потенциала высшей школы» (2006–2008 гг.) Министерства образования и науки РФ. Проект РНП.2.1.3.491. Научный руководитель проекта — доктор педагогических наук, профессор А. В. Федоров.

*Григорова Дарья Евгеньевна, аспирант, Таганрогский государственный педагогический институт.

от детства к взрослости. В этот период закладываются основные нравственные, социальные установки, отношения к себе, людям, к обществу. В данном возрасте стабилизируются черты характера и основные формы межличностного поведения.

Содержание социализации оказывается зависимым от различных социальных институтов: семья, дошкольные учреждения, школа, официальные организации, неформальные группы, а также под воздействием средств массовой информации, которые в свою очередь приобретают все большее значение, выступая на первое место по воспитательной значимости.¹

Особое место принадлежит телевидению. Дети проводят значительную часть своего времени перед экраном телевизора: Согласно данным Национального союза семейных ассоциаций несовершеннолетняя аудитория ежегодно проводит в среднем 154 часа качественного времени (то есть периода бодрствования) с родителями и 850 часов — с учителями, в то время как на контакты с различными экранными медиа у детей отводится 1400 часов.²

В среднем современный школьник тратит более 6 часов в день на общение с медиа (42 % этого времени уходит на просмотр телепередач и фильмов и лишь 12 % на чтение печатных текстов).³ Средне статистический взрослый или ребенок смотрят телевизор ежедневно 2–3 часа. Дети от 2 до 12 лет в среднем смотрят телевизор 25 часов в неделю.⁴ И к 18 годам ребенок успевает провести перед телевизором свыше 2-х лет своей жизни.⁵ Таким образом, дети воспринимают современный мир в значительной степени сквозь призму телевизионного изображения.⁶ По средствам экранных медиа дети знакомятся с тем, как выполняются социальные роли людьми.

¹Немов Р. С. Психология. В 3-х кн. М.: ВЛАДОС, 1995. Кн. 2: Психология образования. С. 182.

²Frau-Meigs. Media Regulation, Self-Regulation and Education. In: Feilitzen, C. von, Carlsson, U. (Eds.). Promote or Protect? Perspectives on Media Literacy and Media Regulation. Goteborg: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, P. 26.

³Dorr A. Media Literacy. In: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds. N. J. Smelser & P. B. Baltes. Oxford, 2001. PP. 9494–9495.

⁴Semali L. M. Literacy in Multimedia America. New York-London: Falmer Press. P. 13.

⁵Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. М.: Олма-Пресс, 2003. С. 25.

⁶Свенцицкий А. Л. Социальная психология. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. С. 115

Сегодня, телевидение для подростков является альтернативным источником познания мира. Стремясь к независимости, подросток зачастую игнорирует наставления родителей и учителей, и в такой ситуации референтными оказываются экранные медиа. Именно к ним, в силу недостаточного жизненного опыта, обращаются подростки, пытаясь понять, кем и каким быть. По результатам некоторых социологических исследований безусловным лидером являются средства массовой информации и, прежде всего, телевидение. То, что относится к школе (учителя и учебники), занимают далеко не первое место в рейтинге источников информации.⁷

А между тем, следует отметить, что после отмены цензуры, в средствах массовой информации, случившейся в России, как известно, на рубеже 90-х годов двадцатого века, на телеэкранах страны стали демонстрироваться тысячи отечественных и зарубежных медиатекстов, несущих поток негативной информации. Стремясь привлечь больший процент аудитории масс-медиа пытаются «играть» на инстинктах человека, его чувствах, и эмоциях. А, как известно, одними из самых мощных являются инстинкт самосохранения и размножения, именно они связаны с наиболее сильными эмоциональными реакциями. Вот почему медиатексты содержат огромное количество сцен с убийствами, грабежами, пожарами, катастрофами, терактами, а также откровенные эротические сцены, затрагиваются запретные темы.

Исследование, проведенное Собкиным и Глуховой в 2001 году, показало, что в среднем на один час телетрансляций приходится 4,2 сцены насилия и эротики. То есть каждые 15 минут зритель российского телевидения видит на экране акт агрессии, насилия или эротическую сцену.⁸ И, что примечательно, у подростковой аудитории фильмы со сценами насилия и эротики пользуются популярностью, свидетельством тому являются (например, «Леон», «Никита», «Рембо», «Пятница, 13», «Терминатор», «От заката до рассвета» «Основной инстинкт» и др., — по результатам исследования проведенного А. В. Федоровым среди школьников).⁹

⁷Журин А. А. Подросток и СМИ // http://www/mediaeducation.ru/pub/jurin_1/podrostok_i_smi_000.htm.

⁸Собкин В. С., Глухова Т. В. Подросток у телеэкрана: есть ли в сценах насилия и агрессии двадцать пятый кадр? // Первое сентября. 2001. 15 дек. С. 2.

⁹Федоров А. В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране.

В часы наиболее массового просмотра подросток видит более 9000 сцен, в которых показаны интимные отношения или присутствуют намеки сексуального характера.¹⁰ Подтверждением тому могут служить многочисленные видеоклипы, демонстрируемые в огромном количестве по пользующимся огромной популярностью у подростков каналах MTV (например, передача «Горячая десятка»), в таких передачах, как «Ночной флирт с Марикой», «Девочки «Плейбой», сериал «Клуб», «Поколение R N B»; МУЗ-ТВ («Азбука секса», «Молодые, сексуальные и . . . испорченные»). И, если говорить о репертуаре столь популярных у молодежной аудитории каналов, нельзя не отметить такие передачи, как: «Блондинка в шоколаде», «Полный фэшн», «Звездные сплетни», «Звезды зажигают» (МУЗ-ТВ), которые несут массу «познавательной» информации.

Молодежные комедии «Девочки сверху», «Американский пирог» — 1, 2, 3 части, «Свидание моей мечты», «Король вечеринок», «Мартовские коты», «Дорожное приключение» и т. д.

Тема насилия на телеэкране, является наиболее острой. Каждый год на телеэкране подростки видят до 10 тысяч сцен насилия.¹¹ Средне статистический ребенок, достигший 18 лет, успеваеt увидеть на телеэкране 200 тысяч сцен насилия.¹² Каждую неделю на российском телевидении мы можем наблюдать десятки телепередач и фильмов, содержащих сцены насилия. Ежедневные передачи на канале «Россия»: «Дежурная часть», «Опера. Хроники убойного отдела», НТВ: «Чрезвычайное происшествие»; телевизионных фильмов и телесериалов.

Проведенный А. В. Федоровым контент-анализ российского репертуара 90-х годов — начала XXI века на предмет присутствия в нем сцен насилия показал, что в период с 1990 года по 2003 было выпущено 1844 полнометражных фильма, из них 577 содержат сцены насилия, таким образом, 31,3 % фильмов содержат сцены насилия.¹³ Стоит подчеркнуть, что речь идет только о российских фильмах, не говоря уж о зарубежных, которые, кстати, пользуются даже большей популярностью, нежели отечественные.

Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 414 с.

¹⁰Харрис Р. Цит. соч. С. 25.

¹¹Сидоров А. Насилие — вон с экрана! // Труд. 2003. № 78. С. 6.

¹²Харрис Р. Цит. соч. С. 25.

¹³Федоров А. В. Цит. соч. С. 33.

К тому же нельзя не отметить тот факт, что во многих фильмах (как российских, так и западных) образы преступников и убийц романтизируются, таким образом, подобные персонажи показаны как вполне нормальные и даже привлекательные люди (например, «Бригада», «Брат», «Брат-2», → «Леон» и др.).

По данным исследования Абраменковой следует, что видео — и «телемену» детей школьного возраста довольно однообразно: каждый третий фильм — боевик или триллер, каждый пятый — эротика. < ... > Герои фильмов, жадно поглощаемых детьми. Обычно обитают вне дома. А цели и мотивы их поступков весьма далеки от тех, что присущи семьянину: для них это — лишь удовлетворение своего «либидо» (41 %), совершение убийства (17 %), спасение собственной жизни (17 %). < ... > А такие ценности, как дружба, справедливость, честь и достоинство, представлены и вовсе слабо — всего по три процента.¹⁴

Переход российского общества к новой фазе развития, изменение социальных, экономических, политических условий привели к переоценки ценностей. Транслятором которых (зачастую в гиперболизированном, утрированном виде) становится телевидение. В условиях рыночных отношений, утверждается приоритет личной выгоды, потребительских отношений между людьми, культ денег (причем, постулируется формула: цель оправдывает любые средства). Подтверждение тому мы находим в различных игровых шоу («Слабое звено»), многочисленных реалити-шоу, которые пользуются огромной популярностью у подростков («Большой Брат», «Голод», «Дом-2» и др.), кинофильмах («Даже и не думай», «Пипл», «Сматывай удочки», «Матч Поинт», «Ограбление по-итальянски», «Невыносимая жестокость», «11 друзей Оушена» и т. д.).

«Наше телевидение на всех каналах, скажем мягко, демонстрирует в любое время передачи, рекламные ролики, художественные фильмы. Которые коверкают, ломают податливую психику ребенка и формируют человека холодного и агрессивного».¹⁵

И вот такое содержание большинства экранных медиа подталкивает подростков, у которых еще не устоялись социальные взгляды, мировоззрение, не обозначилась четкая жизненная позиция, к мысли о том, что так и следует жить. . .

¹⁴ Абраменкова В. Мама, папа и «видак» // Труд. 1999. 28 мая. С. 2.

¹⁵ Иванова Е. Малыш у экрана // Труд. 1997. 17 окт. С. 28.

Это происходит потому, что:

- пропагандируя то или иное явление СМИ настолько замаскировывают скрытый смысл и конечную цель сообщения, что человеку (особенно юному) очень сложно, а порой и вовсе невозможно о них догадаться;
- постоянный повтор однообразной информации к конечному итоге находит отражение в сознании (а иногда и в подсознании) человека;
- человек склонен доверять масс-медиа;
- иногда люди принимают то или иное явление (моду, ценности, нормы, модели отношений и поведения), стремясь соответствовать требованиям, предъявляемым современным обществом, моде, регламентатором которой являются СМИ.

Таким образом, подростковая аудитория является идеальной с точки зрения успешности воздействия медиаинформацией, так как дети и подростки лишены умения критически мыслить по отношению к медиатекстам, они далеко не всегда понимают разницу между реальной действительностью и ее репрезентацией. Им доверяют. Интересны высказывания школьников о достоверности информации, передаваемой по каналам СМИ. Учащимся нескольких школ Москвы были заданы вопросы: «Может ли автор статьи или телепередачи исказить информацию? Если да, то, как и зачем он это делает?»

Типичный ответ (70 %): «Не может, так как это будет искажение фактов, обман людей».

Не типичный ответ (30 %): «Наверное, может. Я не понимаю, правда, зачем это делать. Информации так мало, зачем же ее еще и исказить?»

Очень редкий ответ: «Разумеется, может автор передачи изменить смысл. Это будет на его совести и по его замыслу».

Один ответ из примерно 500: «Да, это случается часто, особенно если ведущий телепередачи обсуждает какую-то высокопоставленную личность. У него срабатывает иммунитет страха, и он показывает только его положительные стороны».¹⁶

¹⁶Журин А. А. Подросток и СМИ // http://www.mediaeducation.ru/pub/jurin_1/podrostok_i_smi_000.htm.

Конечно, не все медиатексты несут негативную информацию, но для того, чтобы разобраться во всем информационном многообразии, предлагаемым медиа, отделять зерна от плевел, необходима определенная подготовка. Но, очевиден тот факт, что ребенок не в состоянии самостоятельно, в одночасье разобраться во всем потоке медиаинформации, научиться критически мыслить по отношению к медиатекстам. Необходимо обладать определенными знаниями: создающими мотивировку, являющимися необходимым условием, некоей базой для успешной работы с медиатекстами.

В этой связи нельзя не отметить важную роль образования. От системы, качества и концепции которой во многом зависит развитие и формирование личности ребенка. Ведь, «обучение — это не просто накопление все большего и большего количества фактов. Обучение — это понимание сущности новых явлений и обретение навыков делать что-либо наилучшим способом. Другими словами, переданные ученику сведения только тогда станут знанием, когда произойдет изменение качества и глубины восприятия окружающего мира».¹⁷ Поэтому очень важно, чтобы современное образование учитывало изменения, произошедшие в обществе, необходимость подготовки нового поколения в нынешней информационной среде. Что, по нашему мнению, реализуемо в процессе медиаобразования в рамках теории медиаобразования как развития «критического мышления». Теоретической основой данной теории, скорее всего, можно считать теорию медиа в качестве «повестки дня», где медиа представляется «четвертой властью», которая распространяет модели поведения и социальные ценности среди разнородной массы индивидуумов. Отсюда вытекает ведущая цель медиаобразования: научить аудиторию анализировать и выявлять манипулятивные воздействия медиа, ориентироваться в информационном потоке современного общества.¹⁸ В процессе занятий с учащимися здесь изучается влияние медиа на индивидов и общество с помощью так называемых «кодов» (условностей-символов, например, в телерекламе), развивается критическое мышление школьников и студентов по отношению к медиатекстам.

¹⁷ Жури А. А. *Подросток и школа* // <http://www.jnpress.ru/cgi-bin/main.cgi> «Методбиблиотека ЮНПРЕСС».

¹⁸ Masterman L. *A Rational for Media Education*. In: Kubey, R. (Ed.) *Media Literacy in the Information Age*. New Brunswick (U.S.A.) and London (UK): Transaction Publishers, p. 25.

Считается, что аудитории надо дать ориентир в условиях переизбытка разнообразной информации, научить грамотно, воспринимать ее, понимать, анализировать, иметь представление о механизмах и последствиях ее влияния на зрителей, читателей и слушателей. Односторонняя или искаженная информация (которая передается, к примеру, телевидением, обладающим большой силой пропагандистского внушения), несомненно, нуждается в осмыслении. Вот почему считается полезным, чтобы учащиеся могли определить: различия между заданными и общеизвестным фактами и требующими проверки; надежность источника информации; пристрастность суждения; неясные или двусмысленные аргументы; логическую несовместимость в цепи рассуждения и т. д.¹⁹

Бесспорно, для анализа информационных телепрограмм такого рода умения могут принести хорошие педагогические результаты, вырабатывая своеобразный «иммунитет» к бездоказательности, фигурам умолчания или лжи. Нельзя не признать, что вне зависимости от политического строя того или иного государства, человек, не подготовленный к восприятию информации в различных ее видах, не может полноценно ее понять и анализировать, не в силах противостоять манипулятивным воздействиям медиа (если такая манипуляция имеет место), не способен к самостоятельному/автономному выражению своих мыслей и чувств по поводу прочитанного/услышанного/увиденного.²⁰ Рассматривая медиа как популярную культуру, отмечает Мастерман, необходимо, в-первую очередь основываться не на избирательном принципе, а на процессе исследования медиатекстов. «Мы не утверждаем, что вопросы художественной ценности не должны иметь места в медиаобразовании. Но мы убеждены, что эти вопросы должны быть отодвинуты из центра педагогического внимания, чтобы облегчить путь к главной цели: развить понимание учащимися медиатекстов, — как и в чьих интересах они создаются, как они организованы, что они означают, как представляют реальность, и как это представление „читается“ аудиторией».²¹

Таким образом, медиаобразование по Л. Мастерману — это не процесс оценки произведений медиакультуры, а процесс их исследо-

¹⁹Masterman L. Ibid. PP. 15–68.

²⁰Федоров А. В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия // Инновации в образовании. 2007. № 4. С. 36.

²¹Masterman L. Ibid. P. 25.

вания: «необходимо, — пишет он, — развивать новые пути диалога, когда и учителя, и учащиеся могли учить чему-то друг друга и быть соисследователями». ²² Поэтому значительно перспективнее и лучше изучать не шедевры медиакультуры, а поле взаимодействия медиа и человека, то есть медиаобразование «должно быть направлено на развитие у учащихся понимания особенностей функционирования средств массовой информации, использования ими выразительных средств, механизма создания „реальности“ и ее осознания аудиторией. Именно „пониманию“ с его акцентом на развитие критического мышления по отношению к медиа необходимо придать основное значение». Однако, «цель медиаобразования не просто критическое понимание, но „критическая автономия“», ²³ то есть способность человека к самостоятельному аргументированному критическому суждению о медиатекстах.

Л. Мастерман выдвинул свою медиаобразовательную парадигму, основанную на развитии у учащихся «критического мышления» по отношению к любым медиатекстам. В частности, он выделил четыре важнейших области, достойных изучения:

- авторство, собственность и контроль в области медиа;
- способы достижения эффекта воздействия (то есть способы кодирования информации) медиатекста;
- репрезентация окружающей действительности с помощью медиа;
- аудитория медиа.

Американский медиапедагог/исследователь Симэли (L. M. Semali) также разделяет позицию Л. Мастермана: «Критическая медиаграмотность способствует развитию критической позиции преподавателей и учащихся, когда они воспринимают медиатексты или размышляют о них. Чтобы расширить эту практику, я поощряю студентов и преподавателей: 1) тщательно исследовать их начальные представления о медиатекстах; 2) привлекать в критическом анализе их собственное (идеологическое) восприятие ситуации, описанной или скрытой в рассматриваемом тексте; 3) отделять правду от

²²Masterman L. Ibid. P. 45.

²³Masterman L. Ibid. P. 42.

полуправды, корректность от некорректности, факты от вымысла, действительность от мифа, объективность от предвзятости».²⁴

Л. М. Симэли четко формулирует свои основные дидактические принципы: «В центре движения критической педагогики, которое я защищаю в моих методах обучения — потребность: 1) развития понимания характера репрезентации действительности в медиатекстах; 2) обеспечения знаниями о социальных, экономических, и политических контекстах, в которых медиатексты произведены разнообразными учреждениями с определенными целями; 3) поощрение интереса к изучению способов, которыми аудитория понимает значение сообщений (то есть изучение процесса выбора, интерпретации, и действия после восприятия медиатекстов в различных контекстах). В целом этот процесс предусматривает критическую позицию студентов и преподавателей, которые могут сопротивляться откровенным расовым, классовым, гендерным предвзятостям и манипуляции в воспринимаемых медиатекстах».²⁵

Таким образом, проанализировав и сравнив приведенные выше определения и подходы, можно согласиться с А. В. Федоровым: «Критическое мышление по отношению к системе медиа и медиатекстам — сложный рефлексивный процесс мышления, который включает ассоциативное восприятие, синтез, анализ и оценку механизмов функционирования медиа в социуме и поступающих к человеку через средства массовой коммуникации медиатекстов (информации/сообщений). При этом развитие критического мышления — не итоговая цель медиаобразования, а его постоянный компонент.

Относительно *медиакомпетентности/ медиаграмотности личности* критическое мышление выступает неотъемлемой частью *интерпретационного/оценочного показателя*, предполагающего ту или иную ступень развития умений интерпретировать, критически анализировать процесс функционирования медиа в социуме и медиатексты разных видов и жанров».²⁶

²⁴Semali L. M. Ibid. P. 111.

²⁵Semali L. M. Ibid. P. 148.

²⁶Федоров А. В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия//Иновации в образовании. 2007. № 4. С. 42.

При развитии критического мышления реализуются следующие цели и задачи:

Цель: просвещение и образование подростка в сфере современных масс-медиа, как медиаграмотного, критически мыслящего пользователя медиа.

Задачи:

- Просветительская:
 1. определения роли и места СМИ в современном обществе;
 2. формирование критического мышления у подростков по отношению к СМИ, понимание и осознание последствий воздействия СМИ на психику человека;
 3. выявление политических, социальных, экономических, культурных аспектов влияния медиа на человека;
 4. выявление механизмов создания и функционирования медиатекстов в социуме.
- Образовательная:
 1. умение разграничивать реальную действительность и медиарепрезентацию;
 2. умение исследовать, анализировать, критически осмысливать, интерпретировать медиатексты и ценности, распространяемые медиа; идеологии знаковости.
 3. умение вычленять достоверную информацию и выявлять ложную;
 4. создание собственных медиатекстов.
- Терапевтическая:
 1. уменьшить степень психологического влияния, которые осуществляется при просмотре эротических, агрессивных сцен насилия, агрессии, эротики и т. д., демонстрируемых в кинофильмах, телепередачах, музыкальных клипах, рекламных роликах;
 2. уменьшить риск погружения подростков в виртуальную реальность масс-медиа.

Все это реализуемо в процессе медиаобразовательных занятий.

Научное издание

**Медиафилософия.
Основные проблемы и понятия**

Материалы международной научной конференции
«Медиа как предмет философии»,
16–17 ноября 2007 г.

Под редакцией проф. *В. В. Савчука*

В оформлении обложки использована
фотография *А. Китаева* «Берег» (1987)

Оформлено в системе $\text{\LaTeX} 2_{\epsilon}$, макрос \mathcal{NCS}
Обложка и вёрстка *И. Н. Зайцева*

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать с авторского оригинал-макета 08.04.2008 г.
Формат 60 x 84 1/16. Гарнитура Computer Modern Roman.
Усл. печ. л. 20,11. Тираж 333 экз. Заказ №

Отпечатано на факультете философии и политологии СПбГУ.
199034, С.-Петербург, Менделеевская лин. д. 5.