

«Параллельная школа»: факты, проблемы, решения

Елена Анатольевна Бондаренко,

*заведующая лабораторией медиаобразования Института содержания
и методов обучения РАО*

ТЕРМИН «ПАРАЛЛЕЛЬНАЯ ШКОЛА» СТАЛ ПОПУЛЯРНЫМ В СЕМИДЕСЯТЫЕ ГОДЫ ДВАДЦАТОГО ВЕКА. В ЕВРОПЕ ТАК НАЗЫВАЛИ ЭФФЕКТ ПОЛУЧЕНИЯ ЗНАНИЙ ИЗ ОБЩЕДОСТУПНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ. РЕБЁНОК МОГ СФОРМИРОВАТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ ИСТОРИЧЕСКИХ ФАКТАХ ПО ХУДОЖЕСТВЕННЫМ ФИЛЬМАМ И ТЕЛЕСЕРИАЛАМ, ИЗУЧИТЬ ЯЗЫК ПО МУЛЬТФИЛЬМАМ, СДЕЛАТЬ ВЫВОДЫ О ТОМ, ЧТО ТАКОЕ НЕФТЬ И КАК ЕЁ ПЕРЕРАБАТЫВАЮТ, ИЗ ТЕЛЕПЕРЕДАЧИ ПРО АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ. РАЗУМЕЕТСЯ, ПОЛУЧЕННЫЕ ТАКИМ ОБРАЗОМ ЗНАНИЯ НЕРЕДКО НУЖДАЛИСЬ В КОРРЕКЦИИ, А ЗАЧАСТУЮ ПРОСТО ФОРМИРОВАЛИ У ПОДРОСТКА ИСКАЖЁННУЮ КАРТИНУ МИРА. «ПАРАЛЛЕЛЬНАЯ ШКОЛА» МОГЛА СТАТЬ СЕРЬЁЗНОЙ УГРОЗОЙ ДЛЯ ОФИЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, РАЗНЫЕ СТРАНЫ ИСКАЛИ РАЗЛИЧНЫЕ СПОСОБЫ СПРАВИТЬСЯ С ЭТОЙ ПРОБЛЕМОЙ.

Наиболее прогрессивной в этом плане стала Франция — там под названием «параллельная школа» подразумевалось обязательное для всех изучение языка СМИ, умение создавать сообщения на этом языке и грамотно использовать свои знания. Это направление работы для юных французов и их учителей стало неотъемлемой частью общего образования. Школьники работали в телецентрах, создавая короткие фильмы и телепередачи, увлечённо трудились над школьными газетами и альманахами. Полученный опыт был весьма ценным подспорьем и в обучении, и в воспитании.

Сообщения СМИ не случайно называют «параллельной школой»: немалую долю знаний о мире и обществе мы получаем благодаря им. Сначала печатные издания, а потом телевидение и Интернет обретают всё большее значение в жизни молодого поколения. Порой даже старшим приходится размышлять над тем, какая доля правды содержится в том или ином сообщении и нужно ли пересматривать свои позиции по этому вопросу.

Психологи давно убедились в том, что тексты СМИ (медиатексты) для ученика куда

более убедительны, чем слова учителя. Значительная часть информации, представленной в медиатекстах, опиралась на факты, которые были тесно взаимосвязаны с основами изучаемых в школе наук. Многие сообщения СМИ затрагивали материалы и факты, изучаемые в школе — и далеко не всегда их трактовка совпадала с той позицией, которую предлагали школьникам учителя. В эпоху единых учебников и единой системы средств обучения учебный предмет был единым смысловым потоком, в который иногда вторгались вкрапления из окружающей реальности. Для того, чтобы реализовать дидактический принцип связи школы с жизнью, надо было обращаться к «внешним» материалам — газетным заметкам, документальным и художественным фильмам, телепередачам.

Однако когда поток «внешней» информации возрос, разнообразие СМИ и рождение новых видов массовой коммуникации кардинально изменило ситуацию. Теперь учитель и рад бы изолировать свой предмет от притока параллельной информации, но факты и «мнения» из рекламных, развлекательных передач, мимолётные фразы из блогов, форумов, чатов незаметно, но вер-

но, формируют взгляды учеников. В лучшем случае возникает своеобразное «двойное мышление»: подросток имеет одну точку зрения для урока, другую — для обыденной жизни. Или рождается конгломерат из проверенных науками знаний и запаса сведений, полученных из случайных источников. И последствия такого «информационного коктейля» непредсказуемы, а для любой (в том числе и тестовой) формы проверки знаний просто трагичны.

Существует также мнение, что традиционная система просвещения и образования как система знаний, передающихся от отцов к детям, не удовлетворяет потребностей сегодняшнего человека, ибо научные знания человека в XXI веке настолько расширились, что их нельзя изложить и в нескольких учебниках. Многие социологи считают, что средства телекоммуникации, распространяя новейшие знания параллельно учителям в школах и профессорам в вузах, выполняют функцию даже не просвещения, но образования, и дополняют научные, культурные и общественные познания учащихся и студентов.

Однако образование никогда не входило в прямые функции СМИ (и не может входить, если мы вспомним о специфике массовой коммуникации). Газетные сообщения, телепередачи и прочие медиатексты могут популяризировать науку либо научные открытия — но не преподавать: для этого процесса нужен живой диалог с учителем. Знания должны быть освоены, обрести личностный оттенок — а при обычном восприятии медиатекстов этого не происходит.

Если на рубеже веков мы часто отмечали тот факт, что средства массовой информации берут на себя просветительские функции, то теперь картина стала иной: тексты СМИ довольно агрессивно «обучают жить», диктуя зрителям или читателям круг ценностей, предписывая образ мышления, определяя стиль одежды, питания и бытия. Ранее учителя и психологи призывали бороться с эффектом информационного коккона: подросток замыкался в узком кругу своих интересов и воспринимал только то, что его волновало, сопротивляясь всем попыткам расширить этот круг. Теперь ситуация стала двойственной: надо не только разрушать замкнутое пространство информационных

коконов, но и помогать выстраивать «фильтры» для внешней информации, делать восприятие гибким и непредвзятым — но недоверчивым к броским фактам и яркой упаковке сомнительных взглядов.

В статье АИФ *«Думай, жужжи — и полетишь... Тайны древних камней разгадал российский физик»* рассказано о том, как кандидат технических наук Юрий Рассадкин изучал тайну полёта насекомых. Оказалось, что всему причиной крохотные гантельки, расположенные под хвостом мухи, благодаря которым она жужжит. Московский физик отрывал «жужжалки» и наблюдал за лишённой возможности полёта мухой, из чего сделал выводы: тайна гениальных летунов скрыта в вибрациях. Далее процитируем саму статью: «Они (насекомые) не создают, как искусственные железки, подъёмную силу за счёт набегающего потока, а левитируют. То есть направленной вверх силой, которая возникает благодаря жужжанию, сводят к минимуму силу притяжения Земли.

В чём секрет?

Чудо левитации физик Рассадкин именуется словом «эффект». Суть его такова: в воздухе всегда есть аэрозоли — взвешенные капли воды размером от 0,1 микрона до 2–3 миллиметров. Поскольку молекулы воды сжаты, некоторые, размером 2–4 микрона, могут взрываться, если на них воздействуют акустические или электромагнитные колебания. Пусть слабые, но резонансные, то есть раскачивающие, как качели, межмолекулярные связи. При взрыве высвобождается колоссальная энергия: на 1 кв. м площади действует сила свыше 5 тонн (!). Если она направлена против силы тяжести, то предмет или тело способны взлететь.

А вот что и как направляет силу взрыва водяных капель, пока неясно. Есть лишь предположение биолога профессора Александра Дуброва, которое разделяет физик Рассадкин: этой силой управляет сознание.

Сознание египтян уподобляло гранитную глыбу мыльному пузырю. И тогда её легко можно было перенести за многие километры и уложить в пирамиду. Не раз бывало: падение человека с большой высоты не

приводит к смерти. К примеру, выпавшему на асфальт с 11-го этажа ребёнку сознание помогло остаться живым.

Такова гипотеза, и другого объяснения чуда левитации пока нет»¹.

Если прочесть комментарии в Интернет-версии «АиФ» к данной статье, то можно получить представление о том, как происходит проверка информации. Любопытные читатели, высказав своё мнение, тут же отправились в Интернет-словари. Оказывается, речь идёт не о «жужжалках», а о жужжальцах мухи, своеобразных миниатюрных гироскопах, которые представляют собой крохотные, напоминающие булавочные головки, придатки грудного отдела, расположенные позади двух крыльев. Не говоря уже о том, что описанные в статье методы научного исследования напоминают обыкновенное издевательство над насекомыми, выводы автора просто вызывают недоумение. И... запоминаются. Аудитория подростков, которым для обсуждения была дана эта статья, разделилась на три группы. Первая группа заявила: не верим, но проверить не можем. Вторая начала искать аргументы «за» и «против», активно используя свой багаж знаний. Третья группа высказала мнение: всё так и есть! Бывает чудо левитации, и оно является чудом, и для того, чтобы его подтвердить, вполне достаточно приведённых доказательств. Йоги же летают? Летают! И жуки тоже летают. А чудеса вообще не требуют доказательств. Вместо попытки хотя бы применить логику возникли бытовые аргументы на уровне веры в любую абсурдную ситуацию.

Этот пример ясно показывает, что информацию «параллельной школы» нельзя оставлять без внимания педагогов. Здесь нужно не просто оказывать влияние на юные умы — необходимо целенаправленное педагогическое руководство формированием информационных компетенций — умений работать с информацией.

Вместе с самым болезненным явлением (результаты обучения в «параллельной школе») появилось и лекарство от него. Один из способов борьбы с нежела-

тельными последствиями бездумной веры в то, что СМИ всегда правы, — медиаобразование. Это направление в педагогике, использующее масс-медиа и как материалы для формирования критического мышления, и как повод для изучения и освоения специфики самих медиа. Кто из подростков не устоит перед искушением поучаствовать в съёмке телевизионного ток-шоу, написать заметку для школьной газеты, снять свой фильм, сделать свой сайт? Кто откажется проверить «безусловные истины» из рекламы или факты из сенсационной газетной статьи? Помогает специфика возраста: подросток любит споры и дискуссии, он готов подтверждать и опровергать факты с одинаковым пылом. А побеждает в таких спорах тот, у кого система аргументов является более убедительной.

Однако проблемы, которые ставит перед традиционным образованием «параллельная школа», не исчерпываются ни необходимостью научить вырабатывать научный подход к фактам, ни потребностью формировать критическое мышление. Здесь, на стыке педагогики и мира, за порогом школы необходимо умение адаптироваться в современном информационном пространстве.

Современная медиасреда — источник «параллельной школы» — за последнее десятилетие сильно изменилась. Обозначим основные факторы влияния медиасреды на современного человека:

- расширение доступа к информации;
- рост количества источников информации;
- резкое повышение плотности информационных потоков;
- рост агрессивности медиасреды.

В современном информационном обществе созданы и отработаны информационные технологии, позволяющие фактически создавать новое, виртуальное социальное пространство. «Персонажей» такого пространства мы знаем только по их проявлениям в виртуальной медиасреде. Таким образом формируется немалая часть наших представлений о мире — от имиджа политиков до образа действий незнакомых нам в реальности блоггеров, комментаторов, журналистов.

Формирование массовой культуры всё более влияет на формирование массового

¹ Кашницкий С. Думай, жужжи — и полетишь... Тайны древних камней разгадал российский физик // АиФ. 2010. № 4. 27 января. <http://www.aif.ru/society/article/32287>.

сознания. Средства коммуникации становятся главным инструментом влияния в современном обществе, основным средством формирования нового типа сознания и культуры. Для многих исследователей «массовый человек» — прежде всего объект для социального манипулирования. И при этом речь идёт не о человеке массы, но, по формулировке французского психолога С. Московичи, о «человеке толпы». Если масса — объединение людей, способное к самоорганизации и деятельности в результате осознания своих интересов, то толпа — множество разрозненных, «атомизированных» индивидов, которых может объединять только высказанное в средствах массовой информации мнение или группа мнений. Так возникает кризис индивидуальности, кризис человеческих отношений. Культура в СМИ всё более замещается совокупностью социальных информационных технологий и, по сути, преобразуется в бескультурие, поскольку внешняя цивилизованность всё более расходится с подлинным, привычным нам смыслом культуры.

Современный ребёнок и подросток оказываются в мощном потоке разрозненной, сумбурной, хаотической информации, который лишает человека возможности думать, сопоставлять, анализировать. Этот информационный узор непрерывно меняется, трансформируется. Если раньше говорили об опасности мозаичного восприятия, то теперь это уже восприятие-калейдоскоп: малейшее перемещение диктует полную смену впечатлений.

Двадцатый век прошёл под знаком экрана, но наряду с классикой кинематографа и интеллектуальным телевидением мы получили и чрезвычайно развитую массовую экранную культуру, а это явление совсем другого порядка. Современная экранная культура предлагает восприятие «здесь и сейчас», которое провоцирует человека на то, чтобы отвыкнуть от умения выстраивать в уме долговременную перспективу восприятия, помнить её, делать выводы на её основе. Коллажи и фрагменты в современных медиатекстах монтируются так, чтобы не создавать, а разрушать целостное впечатление. Формируется своеобразное плоскостное, «комиксовое» восприятие, которое вытесняет привычные механизмы мышления и переживания.

На это ещё в 1964 году обращал внимание Г. Маркузе. По его мнению, экранная культура провоцирует формирование нового типа массового мышления, когда «психика работает в режиме не осмысливающего восприятия, а импульсного реагирования»². Современный подросток действительно не успевает осознать информацию. Из-за противоречивых, порой взаимоисключающих мнений, звучащих в СМИ, возникает дезориентация по поводу основных социальных ценностей и приоритетов. Цель и смысл жизни, жизненный идеал становятся абстрактными понятиями. «Параллельная школа» не только формирует ненаучное мышление, но и довольно успешно «воспитывает» человека массы. Следствиями этого являются психическая неустойчивость, некритичность мышления, легковерие, внушаемость.

Человек массы утрачивает свой творческий потенциал, желание и способности его реализовывать; он не является творцом даже собственной жизни. Он может быть креативен — т.е. способен создавать новое из фрагментов уже существующего, делать монтаж из готовых элементов. Но к подлинному творчеству, созданию новых смыслов и нового художественного языка, к духовному осмыслению реальности массовый человек не способен. Именно поэтому такую популярность завоевывают компьютерные игры, реализующие виртуальные миры без открытий, где главная задача чаще всего — просто выжить в предлагаемых обстоятельствах, убивая по дороге солдат, драконов, инопланетян и прочих чужеродных существ.

Современная массовая культура диктует подросткам новый жизненный опыт. Духовный смысл произведения искусства дополняется или вообще замещается зрелищно-технологическим совершенством (наиболее типичный пример — фильм Д. Кэймерона «Аватар»: очень простой сюжет и великолепные спецэффекты, благодаря которым и возникает смысловое поле картины). Информационные технологии доминируют во многих областях; вторгшись на телевидение, они сделали популярными сериалы, телепередачи, ток-шоу, где человек развлекается, не напрягаясь, потому что самое большое мысленное усилие, которое

² Маркузе Г. Одномерный человек. М.: Авангард, 1996. С. 79.

от него требуется — выбрать между двумя точками зрения, которые мало чем отличаются друг от друга.

Развлекательная функция радио и телевидения в наши дни достигла таких масштабов, что они занимают большую часть досуга. Десять лет назад школьники в опросах о распределении своего дня отводили телевизионным просмотрам столько времени, что при подсчёте в сутках должно было оказаться не менее 28 часов. Объяснялось это просто — общение с друзьями, питание, даже работа над домашними заданиями органично совпадали с телепросмотром. Жизнь проходила «под телевизор».

Неизбежным становилось и влияние телеинформации на неокрепшие умы. Если написанное в учебнике истории не совпадало с прозвучавшим с экрана — тем хуже для учебника! Подростки и ранее почти никогда не задавались вопросом, могут ли сообщения СМИ содержать ложные или спорные сведения, исказить картину мира. По опросам, проводимым лабораторией медиаобразования под руководством Л.С. Зазнобиной, в ответах на вопросы, могут ли медиатексты содержать неверную информацию, попадались совершенно замечательные фразы: «А зачем им это делать?», «В новостях всегда говорят правду», «А разве телевидение не проверяет то, что говорит?» Но гораздо чаще звучало мнение: не знаю, никогда об этом не думал.

И в самом деле: часто ли мы сами думаем о том, много ли истины в том, что мы можем прочитать в газетах, услышать по радио, мимолётно увидеть в телерекламе? А если вспомнить известное «правда, сказанная злобно, лжи отъявленной подобна», ситуация становится ещё сложнее. Сообщение СМИ всегда эмоционально окрашено, и даже если само по себе не содержит неверной информации, оно может задавать тон общения, навязывать мнение о фактах и событиях. Стало привычным утверждение: реклама продаёт нам не продукты, а образ жизни (что из напитков должно выбирать новое поколение, без чего не может обойтись любая домохозяйка, как выглядит лозунг «Не тормоси. Сникерсни!»).

Психологи утверждают, что яркий экраный образ может «сдвинуть» границы воспри-

ятия реальности: если на экране люди прыгают с третьего этажа, летают над крышами, делают умопомрачительные трюки, легко и красиво убивают в компьютерной игре — на уровне подсознания это становится допустимым, стирается некая грань между действительностью и виртуальной реальностью. Агрессия медийного сообщения далеко не безобидна: она провоцирует агрессивное отношение к жизни, создаёт миф массового сознания, диктуя «рецепты», согласно которым жизнь будет простой, красивой и яркой, как преувеличенно насыщенные цвета телерекламы.

Попытки правового регулирования медиаполя с целью оградить молодёжь от влияния так называемой «параллельной школы» — телевизионной рекламы, СМИ, Интернета, — на сегодня не приносят желаемых результатов: невозможно ограничить доступ подростка к той информации, которая находится в свободном обращении. Современный подросток должен сам уметь ориентироваться в медиасреде, отслеживать её влияние на себя и сопротивляться этим влияниям. Подросток должен также уметь оценивать качество и достоверность получаемых им информационных сообщений. Наша задача состоит в том, чтобы научить его этому.

Именно с этой целью предполагается включение детей в процесс создания собственных медиасред — с тем, чтобы они «изнутри» познакомились с их устройством и принципами функционирования. С другой стороны, учащиеся должны уметь грамотно читать и анализировать медиасообщения (медиаатексты): визуальные и аудиоряды, структуру образов, выявлять скрытые подтексты. Для реализации этого направления требуется другая необходимая составляющая — это овладение основами медиакультуры самими педагогами, которые должны стать авторитетными посредниками в диалоге между медиасредой и учащимися.

Выход заключён в формировании нового типа культуры — медиакультуры, которая, избегая «облегчённого» восприятия, возвращает нас к бесконечному и увлекательному пути познания мира. Медиаобразование в учебных предметах и в дополнительном образовании направлено на формирование медиакультуры ученика и учи-

теля. Основной акцент сделан на освоение сферы образного мышления, на работу с художественным восприятием. Сам термин «медиакультура» отражает особенности используемого подхода — изучение средств массовой информации и каналов массовой коммуникации взяты с точки зрения приобщения человека к культуре, рассмотрения образовательного процесса как элемента «присвоения культуры» (В.С. Библер), что помогает найти истинное место и наиболее эффективные способы использования средств массовой информации в учебном процессе. Так «параллельная школа» становится союзником современного учителя.

Ситуация информационной перегрузки, в которой оказались современные школьники, сложна. Даже взрослым приходится нелегко — у детей же и подростков формируются многовариантные формы защиты от информационных атак. Они апатичны, уважают свои инстинкты и размышляют над необходимостью моральных запретов. Однако именно в этом возрасте, пока ещё не угасли эмоции, пока восприятие мира остаётся импульсивным и переменчивым, необходимо дать ребёнку другую картину мира. И здесь приходит на помощь другой вид медиаобразования — изучение специфики массовой информации, реализация художественно-творческого потенциала детей через современные информационные технологии. Спектр такой деятельности весьма широк — здесь и школьная пресса, и школьное телевидение, и мультимедийные проекты.

Отметим, что возможны два направления — профильная подготовка будущих специалистов СМИ и развивающие личность ученика элективные курсы. Лучше разделять эти направления, так как не всякий подросток станет журналистом, но почти каждый за годы учёбы в той или иной форме пройдёт «искушение печатным словом» — напишет заметку, стихи, рецензию на фильм, с удовольствием опубликует их на сайте или в школьном литературном альманахе. Профессиональная подготовка требует более интенсивных подходов, которые для развивающих учебных программ неуместны.

Для реализации медиаобразовательных направлений в дополнительном образовании можно использовать вариативный комплект

программ с приблизительной возрастной ориентацией (возрастные рамки могут быть сдвинуты в ту или иную сторону в зависимости от реального уровня знаний и развития конкретной аудитории), который может быть реализован как полностью, так и частично.

В комплект программ по медиаобразованию входят:

- для 5–6 классов — Программа для школьной радиостудии;
- для 7–8 классов — Программа по детской журналистике (для школьной газеты, альманаха или др. печатного издания);
- для 8–9 классов — Программа кружка видеолюбителей;
- для 9–10 классов — Программы «Детская телевизионная журналистика», «Современный кино клуб»;
- для 10–11 классов — Программы «История кино и телевидения», «Современная реклама», «Основы экранной культуры», «Основы медиакультуры» (уровень предпрофессиональной подготовки для профессий, связанных с прессой, радио и телевидением).

При попытках реализации данного комплекта следует иметь в виду, что он отнюдь не предполагает обязательного прохождения каждым подростком нескольких программ. Факторы возрастного восприятия определяют обращение на каждом возрастном этапе к одной сфере формирования медиакультуры. Поскольку закономерности этого процесса являются общими для каждого вида массовой коммуникации, одновременное существование нескольких кружков (студий) в школе, дворце детского и юношеского творчества, реабилитационном центре предоставит подростку одну из важнейших возможностей (одновременно это является и условием успешной реализации курса!) — право свободного выбора своего пути.

Отметим, что норма для одного ученика — участие не более чем в двух из указанных направлений. Оптимальное число студий/кружков — 2–3 на одну школу.

Содержание учебных курсов предполагает прежде всего обращение к общему информационному блоку. Изучение масс-медиа с точки зрения приобщения к культуре

заставляет рассматривать каждый канал массовой коммуникации как отдельный вид искусства, имеющий свою языковую и жанровую специфику. Однако эстетика восприятия и создания собственных медиатекстов базируется на одном и том же комплексе знаний по истории культуры и наборе упражнений по развитию навыков разноуровневой коммуникации. Потому общее содержание учебных курсов для каждого вида массовой коммуникации решается как на общем, так и на специфическом материале. Матрица любой программы представляет собой следующее:

- место данного вида коммуникации в жизни общества и в истории культуры;
- особенности нашего восприятия и понимания;
- специфика языка (или данного вида СМИ);
- комплекс заданий и упражнений, который помогает органично сочетать освоение технологии с реализацией художественно-творческого потенциала подростков.

Замещая репродуктивную деятельность творческой, мы сохраняем живое восприятие реальности, способствуем формированию критического мышления, пытаемся вернуть художественным медиатекстам утраченную сложность осмысления мира.

Сочетая в едином комплексе медиаобразование, интегрированное в учебные предметы и реализуемое вне уроков (специальное), мы получаем гибкий механизм, поз-

воляющий выстроить медиaprостранство в каждой школе. Любое образовательное учреждение в состоянии выбрать из предлагаемого спектра студий, кружков, творческих редакций свои варианты медиаобразования и реализовать их на практике.

Не будем забывать и о том, что каналы массовой коммуникации являются не только источником негативных тенденций развития массовой культуры. В современном обществе СМИ, особенно общенациональные, могут за счёт сближения точек зрения способствовать консолидации общества, предлагать общие социальные ценности, и в целом создать интегрированную медиасреду для цивилизованного диалога.

Новый этап развития общества вынуждает поднять вопрос о том, что же такое современное образование, какие требования к нему предъявляются сегодня. Постиндустриальное общество диктует новые требования к итогам образования: человеку надо уметь действовать в условиях постоянной информационной перегрузки, высокой динамики рынка труда, необходимости анализировать и применять на практике знания, полученные из самых различных источников. И в решении проблем реформы современной школы фактор наличия «параллельной школы» становится положительным — при условии, что медиаобразование органично входит в систему обучения, становится основой самоопределения и самореализации ученика в современном информационном пространстве. □