

Феноменология медианасилия¹

С.В. Книжникова

Феноменология медианасилия активно изучается за рубежом и в нашей стране. Учёные единодушны в мнении о деструктивных последствиях для юных зрителей регулярного просмотра фильмов с кадрами насилия.

• медианасилие • привлекательность медианасилия • модель профилактики медианасилия

Известный специалист по психологии агрессии Л. Берковиц утверждает, что медианасилие влечёт два вида последствий: немедленные и отсроченные во времени². Немедленные проявляются в суггесто-подражательных нападениях, преступлениях-имитациях, в индуцированных суицидах молодёжи (так называемый «эффект Вертера» — всплеск самоубийств после массовой огласки суицида известной персоны).

Отсроченные во времени последствия медианасилия не менее опасны: это ослабление запретов на агрессию, восприятие агрессивного поведения как приемлемого средства целедостижения, невротическое ожидание агрессии от окружающих, постепенная реактивация имеющейся личностной агрессивности.

Причины привлекательности медианасилия и его последствия представлены в табл. 1, 2.

Негативное воздействие медианасилия на сознание достигается следующими способами:

- призыв к применению насилия;
- беспричинная агрессивность по отношению к себе подобным или «инициация агрессии»;
- излишне детализированная демонстрация насильственных актов расправы над жертвами преступлений;
- намеренное акцентирование внимания аудитории на жестоких, насильственных действиях как норме повседневной жизни;
- культ грубой силы в СМИ, создание жестокого образа супергероя, пренебрегающего выбором средств для достижения поставленной цели;
- описание технологии криминальной агрессии;
- нагнетание чувства страха, беспомощности, размывание установок на борьбу с преступностью;
- стирание грани между нравственным и безнравственным в межличностных отношениях³.

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта Президента РФ (проект МК 808.2013.6 «Подготовка подростков к осознанному выявлению в медиапродукции девиантных и потребительских ценностей»).

² См.: Берковиц Л. Агрессия: причины, последствия и контроль. СПб.: Прайм-Еврознак, 2001.

³ Клочкова А.В. Роль СМИ в детерминации девиантности // Ломоносовские чтения: «Россия и социальные изменения в современном мире». 2004. Том 2.

Таблица 1

Исследователь	Причины привлекательности медианасилия
Л. Берковиц	«Заразность» насилия (прайминг). Занимательность. Информативность. Пиковые переживания зрителя в момент просмотра
Дж. Кэнтор	Желание испытать волнение. Стремление виртуально испытать агрессию (эффект эмпатии). Игнорирование ограничений (эффект «запретного плода»). Попытка увидеть насилие/агрессию, отражающие свой собственный опыт. Изучение окружающего криминального мира (постижение роли насилия в обществе и районе обитания данной аудитории). Самоуспокоение ⁴
А.В. Фёдоров	Развлечение, рекреация, компенсация, желание испытать волнение/страх; эффект эмпатии; эффект идентификации, эффект «запретного плода»; попытка увидеть насилие/агрессию, отражающие свой собственный опыт; изучение криминального опыта насилия; эффект предчувствия счастливого финала ⁵

Таблица 2

Исследователь	Последствия медианасилия
Л. Берковиц	Краткосрочные и долгосрочные последствия: реактивация имеющихся агрессивных мыслей; равнодушие к проявлениям насилия в отношении других; тревожное «ожидание» проявлений насилия окружающих по отношению к себе; понимание насилия как приемлемого средства достижения желаемого; ослабление внутренних запретов на применение насилия в реальной жизни
Дж. Кэнтор	Просмотр внушает, что насилие — приемлемый (нормальный) путь решения конфликтов; вызывает равнодушие к человеческим страданиям; а также страх стать жертвой насилия; служит причиной применения насилия в реальной жизни
А.В. Фёдоров	Возникновение чувства страха перед агрессией и насилием; обучение аудитории насильственным / агрессивным действиям с их последующим совершением в реальной жизни (насилие как допустимый способ решения любых проблем); стимуляция, возбуждение агрессивных, подражательных инстинктов аудитории, её аппетита по отношению к сценам насилия; «прививка» аудитории равнодушия, безразличности к жертвам насилия, снижение порога чувствительности по отношению к проявлению насилия в реальной жизни; «катарсический», виртуальный и безопасный для окружающих выход агрессивных эмоций, не приводящих к негативным последствиям в реальной жизни
Д.В. Жмуров	Увеличение агрессивности поведения; уменьшение факторов, сдерживающих агрессию; притупление чувствительности к агрессии; формирование образа социальной реальности, на котором основываются многие из таких действий; виктимизация зрителя (процесс превращения лица в жертву преступного посягательства, а также результат этого процесса как в единичном, так и в массовом порядке) ⁶

⁴ Cantor, J. The Unappreciated V-Chip. In: Torr, J.D. (Ed.). Violence in Film & Television. San Diego, Ca: Greenhaven Press, Inc. 2002.

⁵ Фёдоров А.В. Права ребёнка и проблема насилия на российском экране. Таганрог: Кучма, 2004.

⁶ Жмуров Д.В. Сценарная агрессия. Влияние СМИ на криминализацию молодёжи // URL:http://www.zhmuov.by.ru/scen/scen_index.html. (дата обращения 23.09.2013).

Исследователи фиксируют универсальность реакции на медианасилие зрителя любой национальности, пола, возраста, которая состоит в *привлечении непроизвольного внимания*. Чем ярче, «красочнее» сцена насилия, тем большее впечатление она произведёт на потребителя информации. С помощью впечатляющих сцен с насилием можно отвлечь внимание от слабой игры актёров и режиссуры, от низкой художественной ценности медиапродукции. Наибольшее воздействие медианасилие оказывает на социально незрелую личность, то есть детей и подростков, которым не хватает жизненного опыта, устойчивости смысло-жизненных ориентаций, чёткого понимания социальной целесообразности нормативного поведения для того, чтобы отделить «зёрна и плевелы» в медиапродукции. У взрослеющего зрителя формируется своеобразный «художественный вкус», и круг замыкается: для высоких рейтингов СМИ и СМК вынуждены включать медианасилие в сетку вещания, в свой контент.

У медианасилия есть ещё один устрашающий эффект, проявляющийся со временем, речь идёт о *привыкании*, то есть об *эмоциональном притуплении в отношении агрессии*⁷. Постоянному «потребителю» медианасилия требуются всё более и более устрашающие сцены, внезапные вскрики и масштабные реки крови. Потому «старые», не насыщенные современными спецэффектами, фильмы ужасов и боевики уже не впечатляют привыкшего к медианасилию зрителя.

Иногда медиапродукция подкрепляет равнодушие посредством *подмены сочувствия жертве сопереживанием насильнику*. Жертва награждается такими характеристиками, как глупость, отталкивающая внешность, явно неприятная манера поведения. Показательна реплика первокурсницы, наблюдавшей в фильме погоню убийцы за недалёковидной и истошно визжащей женщиной: «Господи, да когда ж он её наконец-то убьёт?!».

Таблица 3

Исследователь	Особенности восприятия медианасилия
Л. Берковиц	Насилие начинает восприниматься как норма в тех случаях, если дети, подростки не видят, что агрессор в итоге наказан; если им не разъясняют, что агрессия неприемлема; если они идентифицируют себя с агрессорами; если их внимание фокусируется на агрессии, а не на других аспектах происходящих событий; если наблюдаемые события выглядят захватывающе и «реально»
Дж. Кэнтор	Гендерные различия: мальчики чаще себя отождествляют с героями-агрессорами, а девочки — с жертвами насилия
А.В. Фёдоров	Типология восприятия экранного насилия несовершеннолетней аудиторией: активное, целенаправленное позитивное восприятие экранного насилия на уровне отождествления со средой, фабулой и/или с жестокими/агрессивными персонажами медиатекста; пассивное (без чётко выраженного отношения) восприятие экранного насилия на уровне частичного отождествления со средой, фабулой и/или жестокими/агрессивными персонажами медиатекста; активное, целенаправленное негативное восприятие экранного насилия на уровне отождествления со средой, фабулой и/или жертвами жестоких/агрессивных персонажей медиатекста; активное, целенаправленное негативное восприятие экранного насилия на уровне противостояния позиции/действиям жестоких/агрессивных персонажей медиатекста и/или позиции создателей медиатекста

⁷ См.: Гугенбюль А. Зловещее очарование насилия. Профилактика детской агрессивности и жестокости и борьба с ними. СПб., 2000; Собкин В.С., Глухова Т.В. Насилие и эротика на телеэкране глазами подростка // Телефорум. 2001. № 12. С. 51–56; Cantor, J. The Unappreciated V-Chip. In: Torr, J.D. (Ed.). Violence in Film & Television. San Diego, Ca: Greenhaven Press, Inc. 2002.

Обращает на себя внимание тот факт, что постепенно сглаживаются гендерные различия в восприятии медианасилия: оценивание агрессивного персонажа как привлекательного — непривлекательного всё меньше связано с полом зрителя. Современные девочки теперь, как и мальчики, реже сочувствуют жертвам насилия и чаще одобрительно оценивают персонажа-наильника, если он «подан в красивой упаковке». По нашему мнению, это связано с массовым распространением медиатипажей женщин-агрессоров: женщин-наёмных убийц, женщин-воительниц, женщин-карательниц. В медиатекстах, насыщенных насилием, женские образы часто наделяются гипермаскулинными качествами и поступками, мужской одеждой, резкими высказываниями. Такие «героини» демонстрируют пренебрежение к мягкости, чуткости, нежности, доброжелательности и другим феминным проявлениям. Во взаимоотношениях с героем-мужчиной их поведение напоминает традиционно маскулинное: настойчивое, агрессивное, инициативно-завоевательное.

Ещё один интересный факт: сегодня определение «цикл насилия» (то есть репродукция, воспроизводство насильственных форм поведения) всё чаще используется исследователями не в отношении повтора детьми родительских моделей агрессивного поведения, а применительно к копированию подрастающим поколением образцов насилия из медиапродукции.

Если сомнительные примеры из медиапродукции влияют на формирование ценностно-смысловой сферы детей и молодёжи, то как с этим быть? Можно пытаться устраивать пикеты, как бывшие американские военные, с ужасом обнаружившие, что разработанные для них виртуальные тренажёры для убийства противника облечены в привлекательную упаковку и выпущены в форме компьютерных игр-стрелялок для детей⁸. Или писать аналитические справки, как немецкие полицейские, которые обнаружили у водителей, выросших на компьютерных играх-гонках, неадекватное восприятие ситуации во время дорожного движения и недостаточное осознание своей водительской ответственности.

Об опасном влиянии медианасилия на социализацию детей, молодёжи свидетельствуют результаты анкетирования 200 подростков Краснодарского края, проведённого нами в конце 2013 г. и посвящённого изучению отношения школьников к содержанию современной медиапродукции. Анкетирование проводилось в анонимной форме. Предлагаем для осмысления некоторые ответы на вопросы анкеты.

На вопрос «Если бы Вы были министром образования или министром культуры нашей страны, то разрешили ли бы показывать фильмы с реалистичными сценами насилия?» предлагалось выбрать один вариант ответа. Ответы распределились следующим образом: «Да, разрешил(-а) бы показывать и смотреть абсолютно всем» — 22%, «Да, но только лицам, старше 16–18 лет» — 9%, «Да, но только лицам, старше 10 лет» — 8%, «Да, но такие фильмы дети должны смотреть только в присутствии родителей» — 17%, «Да, разрешил(-а), но приложил(-а) бы все усилия, чтобы население страны излишне не увлекались агрессивными фильмами» — 26%, «Нет, я бы запретил (-а) показ таких фильмов, считаю, что они вредно влияют на население» — 14%, другие варианты ответов — 4%.

⁸ См.: Д. Гроссман, Г. де Гаэтано. «Не учите наших детей убивать: Объявим поход против насилия на телеэкране, в кино и компьютерных играх». Нью-Йорк: «Рэндом Хауз», 1999.

Доля респондентов, имеющих «разрешительные» установки с неприемлемостью социального контроля, составляет пятую часть опрошенных. Примечательно, что именно эти респонденты в своём большинстве на вопрос «Какой точки зрения Вы придерживаетесь относительно жестоких компьютерных игр?» — дали следующие ответы: «Затрудняюсь судить, никогда не задумывался(-лась) об этом», «Они безопасны и никак не влияют на психику, на взаимоотношения с окружающими», «Они полезны, так как учат действовать в реальной жизни», «Они полезны, так как помогают игроку выплеснуть своё зло». Подобные ответы та же категория респондентов даёт на вопрос о жестоких фильмах, мультфильмах.

В вопросе «Какие сцены в фильмах, мультфильмах, сюжеты видеоигр, темы в социальных сетях лично Вас возмущают, Вам неприятны?» респондентам предлагалось отнестись к следующим сюжетам, темам: «грубость мужчины по отношению к женщине», «изображение употребления алкогольной продукции и одурманивающих веществ», «изображение глумления, издевательств над старостью, инвалидностью», «изображение пренебрежения, неуважения к родителям, причинения обид родным», «подробное изображение преступлений», «изображение насилия по отношению к животным», «слишком натуралистичное изображение ран, кровопотери, процесса умирания», «брань и бранные слова». Оказалось, что 23% юношей и 37% девушек не испытывают возмущения, остаются равнодушными при просмотре сцен грубого отношения мужчин к женщинам. Спокойно к изображениям употребления алкогольной продукции и одурманивающих веществ относятся 76% школьников. Равнодушное отношение к изображению глумления, издевательств над старостью, инвалидностью, демонстрируют 43%; без осуждения 31% школьников относятся к сценам пренебрежения, неуважения к родителям, причинения обид родным. Абсолютно никаких эмоций не испытывают 69% респондентов при просмотре слишком натуралистичного изображения ран, кровопотери, процесса умирания. Наиболее «толерантное» отношение школьники продемонстрировали по отношению к брани, бранным словам в медиапродукции (94%). А вот сцены с изображением насилия по отношению к животным вызвали реакцию: 32% ответили «немного неприятно», 44% — «сильно возмущает».

Мы предлагали подросткам вспомнить последний художественный фильм (мультфильм), который им особенно понравился. Затем пытались выявить, *какие ценности затрагивала эта медиапродукция*. На выбор предлагался следующий перечень: честность, справедливость; гуманизм, человечность, милосердие, чуткость; любовь к родному краю, к своему народу, к стране; добро, мир; любовь в семье; уважение к старшим; забота о младших, о слабых; товарищество, дружба, взаимоподдержка; добросовестность и трудолюбие; благородство и уважение к женщине; женская гордость, чистота и самоуважение; уважительное отношение к вере, религии; здоровье; трезвый образ жизни; социальная активность, социальная забота; творчество, научные достижения, спортивные успехи; образованность, стремление к самосовершенствованию, мудрость, интеллектуальность; любовь к природе и бережное отношение к ней; красота, прекрасное; культура поведения в общественных местах. Перечисленные ценности школьники обнаружили лишь в 22% просмотренной ими «интересной» медиапродукции. Нетрудно догадаться, на что пришлось оставшиеся 78%.

Дополнительно мы просили установить, *насколько поведение и поступки главного героя в фильме, мультфильме соответствуют нормам* порядочности, честности, доброжелательности, нравственности. 56% опрошенных сказали, что «частично не соответствуют, но герой всё равно обаятельный» или «поступки героя не соответствуют нормам порядочности, честности, доброжелательности, нравственности, но герой всё равно мне нравится». 12% школьников после просмотра не задумывались о поведении главного героя, им трудно судить, хорошо или плохо он поступает.

Мы предлагали также оценить, *как воздействует медиапродукция, которую предпочитают подростки, на детей, молодёжь и на самого респондента*. При оценке «обобщённого» воздей-

ствия современной медиапродукции на детей и молодёжь школьники дали следующие ответы: «большинству детей и молодёжи современная медиапродукция помогает адаптироваться в обществе», «обучает, готовит к жизни» (54%), «помогает налаживать общение» (62%), «отвлекает от скучной реальности» (41%), «отвлекает от проблем» (39%). При оценке воздействия медиапродукции на самого респондента ответы распределились следующим образом:

- да, я замечаю, что большая часть медиапродукции ориентирует меня на честность, доброжелательность, справедливость и ответственность — 4%;
- да, я замечаю, что большая часть медиапродукции провоцирует у меня тревогу и предчувствие опасности — 13%;
- да, я замечаю, что большая часть медиапродукции провоцирует у меня злость — 19%;
- да, я замечаю, что большая часть медиапродукции провоцирует у меня равнодушие к окружающим, к их заботам — 14%;
- я сам(-а) не замечаю, но близкие говорят, что благодаря любимым фильмам (компьютерным играм, социальным сетям) я изменился(-ась) в лучшую сторону — 1%;
- я сам(-а) не замечаю, но близкие говорят, что благодаря любимым фильмам я изменился(-ась) в худшую сторону — 42%;
- нет, мои ценности и смысл жизни никак не меняются под воздействием медиапродукции — 5%.

Почти половина респондентов связывают свои деструктивные психологические изменения с медиапродукцией. Другая значительная часть школьников не замечает признаков неблагополучия, но свидетельствует, что подобные опасения возникают у их близких. Исследователи предлагают различные средства противодействия деструктивному влиянию агрессивной медиапродукции. По мнению Л. Берковица⁹, зритель не получит «агрессивного посыла» в следующих случаях:

- если дать понять, что агрессия — это злодеяние;
- если дать понять, что агрессия наказуема;
- если при просмотре агрессивных сцен обращать внимание зрителя на другие аспекты медиапродукции (на режиссуру, игру актёров, эстетику фильма и т.п.);
- если не допускать формирования у зрителя идентификации с агрессором;
- если убеждать зрителя в нереальности сюжета.

Научная школа медиапедагогики (А.В. Фёдоров, С.И. Гудилина, И.В. Жилавская и др.) предлагает осуществлять профилактику деструктивного воздействия агрессивной медиапродукции через специальную подготовку подростков и молодёжи. Для этого разработаны курсы медиакомпетентности, в школьные предметы интегрируются элементы медиаобразования; подростков учат корректно пользоваться информацией, анализировать и синтезировать медийные сведения; студентов педагогических вузов обучают по программе «Насилие на экране и реабилитационные возможности медиаобразования».

Разработана модель реализации защитной функции критического мышления как средства обеспечения информационно-психологической безопасности личности на примере студентов вузов в процессе изучения социально-гуманитарных дисциплин¹⁰.

⁹ Берковиц Л. Агрессия: причины, последствия и контроль. СПб.: Прайм-Еврознак, 2001.

¹⁰ См.: Астахова Л.В., Харлампьева Т.В. Критическое мышление как средство обеспечения информационно-психологической безопасности личности: Монография / Под научн. ред. Л.В. Астаховой. М.: РАН, 2009.

Модель профилактики деструктивного влияния медианасилия

Предлагаемая нами модель встроена в технологию подготовки школьников и студентов к осознанному выявлению в медиапродукции девиантных и потребительских ценностей, которая (технология) реализуется в условиях образовательного учреждения.

Первый этап предполагает подготовку педагогического коллектива школы (факультета) к реализации технологии психолого-педагогического противодействия девиантогенным влияниям и пропагандируемым потребительским ценностям, транслируемым через медиапродукцию. Задачи данного этапа: девиантологическая подготовка коллектива учителей (преподавателей), планирование превентивных мероприятий; обучение педагогического коллектива использованию методики девиантологического анализа медиапродукции; подбор надпредметного материала, направленного на минимизацию деструктивности медианасилия; подготовка методических материалов для диагностики у школьников, студентов уровня развитости критического мышления, особенностей ценностей и смысло-жизненных ориентаций, специфики восприятия медиатекстов.

Второй этап связан с подготовкой родительской общественности к реализации технологии. На этом этапе проводятся родительские собрания для объяснения педагогической целесообразности и обоснованности положений Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», для обучения родителей использованию методики девиантологического анализа медиапродукции.

На третьем этапе осуществляется собственно подготовка школьников, студентов к осознанному выявлению в медиапродукции девиантогенных и потребительских ценностей. Этот этап представляет собой последовательность диагностических процедур (оценка развитости критического мышления, особенностей ценностей и смысло-жизненных ориентаций, специфики восприятия медиатекстов); классных, кураторских часов, которые:

- информируют на доступном уровне о распространённости в молодёжной среде социальных болезней и их динамике;
- информируют о социальной опасности распространения в молодёжной среде девиантогенных и потребительских ценностей.

Затем следует занятие, посвящённое умениям распознавать манипулятивные приёмы, используемые в целях «рекламы» девиантного образа жизни. Особое место занимает обучение школьников, студентов самостоятельному использованию методики девиантологического анализа медиапродукции (школьников обучают путём наделения ролью «взрослого»: будущих родителей и будущих общественных деятелей). Школьный психолог (преподаватель психологических дисциплин) параллельно организует серию тренингов развития критического мышления и противостояния манипуляциям.

Описанная программа подготовки школьников и студентов к осознанному выявлению в медиапродукции девиантных и потребительских ценностей успешно реализуется с 2012 г. в четырёх школах Краснодарского края и на факультете педагогики, психологии и коммуникативистики Кубанского госуниверситета.

Светлана Витальевна Книжникова,
доцент Кубанского государственного университета, кандидат педагогических наук, г. Краснодар