

Насколько в России необходимо медиаобразование школьников?¹

*Александр Викторович Фёдоров,
президент Ассоциации медиапедагогике России, проректор по научной работе
Таганрогского государственного педагогического института, доктор педагогических наук,
профессор (mediashkola@rambler.ru)*

• медиаобразование • школьники • учащиеся • медиакомпетентность •

Введение

Тем педагогам, кто на практике уже давно занимается медиаобразованием, вопрос о его необходимости в России покажется риторическим. Однако в обществе по этому поводу высказываются самые разные мнения, включая резко отрицательные.

Против медиаобразования школьников обычно выступают люди, считающие, что оно станет непосильным грузом для учителей и школьников, а те учащиеся, которые всё-таки захотят быть медиаграмотным/медиакомпетентным, смогут достичь этого путём самообразования.

В целом в обществе доминирует устоявшееся мнение, что психическое и нравственное здоровье молодёжи под угрозой, а эффективных способов самозащиты у неё нет². Взрослые ничем не могут помочь, кроме как возмущаться медийной безнравственностью

да пытаться привить классические образцы культуры через традиционные школьные уроки литературы, музыки, изобразительного искусства и прочие (хотя хорошо известно, что классика, она потому и классика, что при всём к ней уважении она апеллирует к другой реальности — реальности прошлого, которую современным школьникам бывает сложно соотнести со своей повседневной жизнью).

В защиту медиаобразования обычно высказываются взрослые, обеспокоенные проблемой психологической безопасности и способности сопротивляться наплыву медийной (нередко весьма негативного свойства) информации, хотя, разумеется, медиаобразование решает и много других проблем — образовательных, социокультурных. Негативным влиянием медиа на подрастающее поколение обеспокоено и Российское правительство. Главный результат этой государственной позиции — действующий с 1 сентября 2012 года Закон РФ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Не меньше Российского правительства обеспокоены и многие российские учителя и родители школьников: и устно, и письменно они не перестают обвинять кинематограф, телевидение, рекламу и Интернет в пропаганде дурных нравов, насилия и прочих грехах.

¹ Финансирование исследования выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках реализации федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы, соглашение 14. В37.21.2002 по теме «Тенденции развития светского и теологического медиаобразования в России и за рубежом» (2012–2013).

² Фёдоров А.В. Отношение учителей к проблеме медиаобразования школьников // Образование в пространстве культуры. Вып. 2. / Отв.ред. И.М. Быховская. М.: Изд-во Российского ин-та культурологии, 2005. С. 259–277.

Но можно ли исправить ситуацию одними лишь запретами и ограничениями в медийной сфере?

Что такое медиаобразование и почему оно необходимо?

Медиаобразование в современном мире помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, позволяет ему лучше понять язык медиакультуры. Оно делает человека медиакомпетентным, то есть способным полноценно воспринимать, анализировать и оценивать (на базе развитого аналитического мышления) произведения медиакультуры, использовать различные виды медийной техники, создавать и распространять медиатексты (в области прессы, Интернета, кино и прочее) самому и, конечно же, осознанно противостоять негативным медийным влияниям.

В Канаде и Австралии, например, давно уже поняли, что путь опоры только на запреты — тупиковый, и медиаобразование включено там в образовательную программу средней школы с 1 по 12 класс. В 2000-х годах этому примеру последовали и такие восточно-европейские страны, как Венгрия, Чехия и Словакия. Семимильными шагами движется в этом направлении Украина. При этом в странах, где медиаобразование в школе обязательно, успешно решаются проблемы медийной безопасности личности: программы курсов содержат специальные разделы, связанные с правилами безопасного поведения учащихся разных возрастов в Интернете, в них подробно рассказывается о том, с какими типами негативных явлений в сфере медиа школьники могут столкнуться и т.д.

К сожалению, Россия, несмотря на накопленный большой теоретический и методический опыт, вводить обязательное школьное медиаобразование пока не торопится. Ну разве что министр образования и науки РФ Д. Ливанов обещал ввести кинофакультатив «100 фильмов для школы» с 1 сентября 2013. Одна из причин тому — опасения начальства и самих учителей, что медиаобразование ляжет дополнительной на-

грузкой на и так перегруженных учащихся и педагогов.

Но так ли это? Быть может, медиаобразование всё-таки можно успешно интегрировать в традиционные обязательные школьные дисциплины? А в дополнение к этому ввести и факультативные курсы по выбору?

К примеру, профессор А.А. Журин (Российская академия образования) в своей книге «Интегрированное медиаобразование в средней школе» показывает массу конкретных примеров, когда научно безграмотная реклама и прочие «плоды творчества» телевидения и Интернета предоставляют великолепные образцы для критического разбора на самых разных уроках³.

В книге А.А. Журин анализируются грубейшие медийные подтасовки, грубо искажающие законы химии, физики, биологии и других наук. Учитель, прочитавший это учебное издание, получит современные знания о методических приёмах медиаобразования, интегрированного в базовые школьные дисциплины: о работе с печатным текстом, о формировании аналитического мышления школьников, о технологии обучения учащихся созданию собственных медийных сообщений, о способах проверки знаний и умений аудитории.

В частности, А.А. Журин приводит массу примеров, когда российские СМИ под видом научной успешно внедряют в создание аудитории ложную информацию. Так, «13 мая 1999 г. телеканал «ТВ-Центр» показал научно-популярный фильм «Вижу с закрытыми глазами, или Ключ к сверхсознанию»... В нём авторы приводят «достоверный» факт: Д.И. Менделеев увидел Периодическую систему во сне. На самом деле нет ни одного достоверного доказательства этого факта, кроме живучей легенды, которая, скорее всего, была «запущена» противниками периодического закона или завистниками Д.И. Менделеева».

Да и сегодня ситуация с «научностью» медийной информации ничуть не лучше. Скажем, на телеэкране возникает реклама очередного моющего средства для ковров, где говорится про «ужасных», во-

³ Журин А.А. Интегрированное медиаобразование в средней школе. М.: БИНОМ, 2012. 405 с.

дящихся в ворсе «сапрофитов». Этими сапрофитами, судя по ролику, оказывались какие-то пауки — существа более высокого порядка развития, к тому же не сапрофиты, а хищники по способу питания (?!).

Понятно, что ещё большие манипулятивные возможности таит в себе псевдонаучная трактовка в СМИ исторических фактов, политических событий и т.п.⁴

Бесспорно, манипулятивное воздействие медиа на аудиторию осуществляется на разных уровнях. Попробую выделить некоторые из них:

- психофизиологический уровень воздействия на простейшие эмоции, когда на подсознательном уровне вместе с действиями персонажа медиатекста принимается и мир, в котором, к примеру, цель оправдывает средства, а жестокость и насилие воспринимаются как нечто естественное;
- социально-психологический уровень, основанный во многом на эффекте компенсации, когда читателю, слушателю, зрителю даётся иллюзия осуществления своих заветных желаний путём идентификации с персонажем медиатекста;
- информационный уровень, суть которого — в отражении полезных для аудитории утилитарно-бытовых сведений: как преуспеть в любви, избежать опасности, суметь постоять за себя в критической ситуации и т.п.
- эстетический уровень, рассчитанный на «продвинутую» часть аудитории, для которой формальное мастерство создателей медиатекста может служить основой для оправдания, к примеру, натуралистического изображения насилия и агрессии, если они поданы «эстетизированно», «неоднозначно», «амбивалентно» и т.д.

Манипулятивное воздействие медиа опирается также на такие широко известные факторы, как стандартизация, мозаичность, серийность, фольклорность (волшебное могущество персонажей, постоянство метафор, символов, счастливый финал и т.д.). При этом используются два вида механизмов

работы сознания — идентификация (отождествление, подражание) и компенсация («проекция»).

Сравнивая основные приёмы манипулятивного воздействия медиа на аудиторию, на уроках со школьниками можно использовать следующую типологию:

- «оркестровка» — психологическое давление в форме постоянного повторения тех или иных фактов вне зависимости от истины;
- «селекция» («подтасовка») — отбор определённых тенденций (к примеру, только позитивных или негативных), искажение, преувеличение (преуменьшение) данных тенденций;
- «наведение румян» (приукрашивание фактов);
- «приклеивание ярлыков» (например, обвинительных, обидных и т.д.);
- «трансфер» («проекция») — перенос каких-либо качеств (положительных, отрицательных) на другое явление (или человека);
- «свидетельство» — ссылка (не обязательно корректная) на авторитеты с целью оправдать то или иное действие, тот или иной лозунг;
- «игра в простонародность», включающая, к примеру, максимально упрощённую форму подачи информации.

Идеальная аудитория, на которую эффективно воздействуют такого рода манипулятивные приёмы, — люди, лишённые аналитического мышления по отношению к медиатекстам, не понимающие разницы между рекламой и развлечением. Вот почему очень часто действие медиатекста представлено в виде калейдоскопа, мозаики динамичной смены ритмически чётко организованных эпизодов. Каждый из них не может длиться долго (чтобы фактура не наскучила зрителям), обладает некой информативностью, активно опирается на эффект компенсации, воздействует на эмоционально-инстинктивную сферу человеческого сознания.

Исходя из вышеизложенного, нами разработана следующая последовательность развития «антиманипулятивного» аналитического мышления аудитории на медиаматериале:

- знакомство учащихся с основными целями манипулятивного воздействия на материале медиа;
- выявление и показ социально-психологических механизмов, используемых авто-

⁴ Шариков А.В. Социальная безответственность телевидения в России // Телефорум. 2005. № 1. С. 100–105. № 2. С. 137–140.

рами медиатекстов и ориентированных на манипулятивный эффект;

— показ и анализ методов и приёмов, которыми создатели того или иного медиатекста пытаются добиться нужного им эффекта;

— попытка разобраться в логике авторского мышления, выявление авторской концепции, оценка аудиторией данной концепции медиатекста.

Разумеется, такой подход в проведении медиаобразовательных занятий полезен при определённых условиях. Прежде всего, он должен опираться на предварительное знакомство аудитории с типичными целями и приёмами манипулятивного воздействия медиа, что значительно облегчает дальнейший процесс занятий.

При проблемном анализе медиатекстов со школьниками можно использовать различные методические приёмы:

— «просеивание» информации (аргументированное выделение истинного и ложного в материалах прессы, телевидения, радио, очищение информации от «румян» и «ярлыков» путём сопоставления с действительными фактами и т.д.);

— снятие с информации ореола «типичности», «простонародности», «авторитетности»;

— анализ целей, интересов источника информации.

Конечно, если для анализа выбран не информационный телевыпуск, а художественный медиатекст, учитываются особенности художественной структуры произведения. В противном случае не будет ощущаться разница между, скажем, конкретной политической акцией в реальной действительности и более многогранным воздействием произведения искусства⁵.

Таким образом, медиаобразование школьников может оказать реальную помощь педагогическому процессу в целом — как в интегрированном виде, так и в факультативном, кружковом. Что касается технических возможностей внедрения медиаобразования, то они есть сегодня практически во всех средних школах (мониторы, компьютеры, Интернет, проекторы; нужное программное обеспечение имеется в свободном доступе). Мало того, все эти возможности давно используются в базовых дисципли-

нах, когда с помощью медийной техники иллюстрируется материал урока.

Но медиаобразование — это не технические средства обучения, не наглядное пособие. Это коммуникативный процесс развития личности в современном медийном мире. И этот процесс можно начать с простого приёма — просмотра и обсуждения (по заранее подготовленному учителем плану) коротких роликов, записанных учителем из теле/интернет-источников, творческих заданий, связанных с созданием школьниками собственных медиатекстов (например, цифровых фото, видео, записанных на мобильный телефон) и пр.

Подробности можно узнать из книг и статей, размещённых на ключевых сайтах по медиаобразованию. Ещё один путь — медиаобразовательные курсы повышения квалификации для учителей.

Найдётся ли для медиаобразования место в российских школьных стандартах? Если читать их внимательно, можно легко обнаружить, что медиаобразовательные умения заложены туда уже сегодня (здесь и поиск нужной информации в источниках разных типов, и извлечение смыслов из полученной информации, и её анализ, и создание информационных сообщений/продуктов и пр.). И эти возможности медиаобразования, на наш взгляд, можно и нужно использовать в рамках конкретных школьных дисциплин. □

⁵ **Фёдоров А.В.** Научные исследования в области медиаобразования в России (1960–2008) // *Инновации в образовании*. 2009. № 3. С. 53–117; **Хилько Н.Ф.** Развитие аудиовизуальных творческих способностей: психологические и социокультурные аспекты. Омск: Сиб. филиал Российского ин-та культурологии, 2004. 158 с.; **Шариков А.В.** Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. М.: Изд-во Академии педагогических наук СССР, 1991. 66 с.