

МЕДИА КАК ФАКТОР СОЦИАЛИЗАЦИИ ПОДРОСТКОВ

*Работа представлена кафедрой социально-гуманитарных дисциплин
Башкирского государственного педагогического университета им. М. Акмуллы.
Научный руководитель – доктор педагогических наук, профессор Р. М. Фатыхова*

В статье рассматриваются средства медиа как фактор социализации подростков. Особое внимание уделяется использованию медиа в сфере образования – медиаобразованию. Автор считает, что использование медиаобразования предоставит каждому обучаемому развитие личности, ориентированное на ее активную, преобразующую и творческую деятельность, которая согласуется с социальными, глобально-экологическими и общечеловеческими ценностями, что способствует успешной социализации подростков.

***Ключевые слова:** средства медиа, фактор социализации, медиаобразование, медиаграмотность.*

MEDIA AS A FACTOR OF TEENAGERS' SOCIALISATION

The media means as a factor of teenagers' socialisation are considered in the paper. Special attention is paid to the use of the media in the education sphere – media education. In the author's view, the application of media education provides students' personal development directed at active, reformative and creative activity. This activity should correspond to social, ecological and general human values; this promotes successful socialisation of teenagers.

Key words: *media means, factor of socialisation, media education, media literacy.*

Современный мир трудно представить без медиасредств массовой коммуникации (печать, пресса, телевидение, кинематограф, радио и система Интернет). Особую значимость в жизни человечества медиа приобрели за последние полвека. Медиа сегодня – одна из важнейших сфер в жизни людей всей планеты. Ученые подсчитали, что в среднем «цивилизованный человек», проживший до 75 лет, располагает примерно 50 годами активной, лишенной сна деятельности. И ровно девять лет из них он тратит на то, чтобы... смотреть телевизор (Kubey, 1998). В среднем современный школьник тратит более шести часов в день на общение с медиа (42% этого времени уходит на просмотр телепередач и фильмов и лишь 12% – на чтение печатных текстов) (Dorr, 2001) [3, с. 10]. В начале XXI в. без медиа немислимо социокультурное развитие любой нации практически во всех областях, включая, разумеется, образование.

Социализация детей и подростков происходит во взаимодействии со многими обстоятельствами, оказывающими на него то или иное (иногда – противоречивое) влияние и требующими от него определенного поведения и активности. В нашем исследовании мы особо выделяем средства массовой коммуникации как фактор социализации, который для подростков в современных условиях приобретает значение приоритетного.

Рассматривая средства массовой коммуникации как фактор социализации личности, можно условно подразделить эти средства на стихийную, относительно направляемую, социально контролируруемую социализации и самоизменение человека в процессе социализации под их влиянием.

Влияние средств массовой коммуникации на *стихийную социализацию* определяется несколькими обстоятельствами. Средства массовой коммуникации выполняют в первую очередь *рекреативную роль*, поскольку во многом определяют досуговое времяпрепровождение людей.

С рекреативной тесно связана *релаксационная роль* средств массовой коммуникации. Она приобретает специфический оттенок, когда речь идет о подростках и юношах. Для большей части ребят телесмотрение, прослушивание музыкальных записей, работа с компьютером, а для некоторых и чтение становятся своеобразной компенсацией дефицита межличностных контактов, средством отвлечения при возникновении осложнений в общении со сверстниками.

Среди остальных средств массовой коммуникации телевидению посвящено большинство исследований массовой коммуникации; основной причиной этого является то количество времени, которое человечество затрачивает на просмотр телепередач. По исследованиям американских ученых, ребенок смотрит телевизор от 2 до 3 часов ежедневно (Kubey & Csikszentmihalyi). А к 18 годам успевает провести перед телевизором свыше 2 лет своей жизни (Hearold). Ежегодно в часы наиболее массового просмотра он видит более 9000 сцен, в которых показаны интимные отношения или присутствуют намеки сексуального характера (National Federation of Decency report, in Liebert & Sprafkin). Средний американский ребенок, достигший 18 лет, успевает увидеть на телеэкране 200 тысяч сцен насилия (Huston et al.). Студенты к тому времени, как их обучение подходит к концу, проводят перед

телевизором больше времени, чем на лекциях (Davis) [4, с. 211]. Социологический опрос российских исследователей дал ужасающий результат: 60% зрителей испытывают «благодаря телеящуру» чувство тревоги, 56% – беззащитности и 51% – унижения [1, с. 5].

Большую роль играют медиа *в развитии человека*. Исследования показывают, что влияние медиа на развитие человека хотя и неоднозначно, но в целом позитивно. Так, американские ученые Шрам, Лайл и Паркер пришли к выводу о том, что телесмотрение ускоряет развитие ребенка почти на целый год, особенно к тому времени, когда он идет в школу, ибо учит его рассуждать, дает знания, расширяет кругозор. Дети усваивают модели поведения, глядя, как телевизионные образы ведут себя определенным образом, а затем имитируя их действия. Роль средств массовой информации приобретает здесь значимость, когда примеры, демонстрируемые в них, становятся источником научения (Bandura, Ross & Ross, Bandura & Walters, Tan) [4, с. 225].

Медиа, будучи одним из социальных институтов, в той или иной мере выполняют заказ общества и отдельных социальных групп. Это и позволяет считать, что средства массовой коммуникации в той или иной мере оказывают *относительно направляемое влияние на социализацию*. *Во-первых*, средства массовой коммуникации создают политический мир – основу наших знаний о политике и последующего поведения в этой области. *Во-вторых*, средства массовой коммуникации фактически представляют собой систему неформального образования, просвещения различных слоев населения.

Самоизменение человека в процессе социализации под влиянием средств массовой коммуникации идет в различных аспектах и имеет как положительный, так и отрицательный вектор. Благодаря своему продолжительному воздействию средства массовой коммуникации становятся источником наших знаний о мире и нашей роли в нем. Мейровиц (Meurowitz) и Поустмен (Postman) утверждают, что в век телевидения дети социализируются и начинают исполнять взрослые роли намного раньше, чем это было несколько столетий назад. Телевиде-

ние – это окно, через которое дети узнают о мире взрослых.

Социализирующая роль средств массовой коммуникации может быть особенно значима в тех случаях, когда ребенок живет в обществе, отличающемся от того, в котором он родился. Взрослые эмигранты часто обращаются к телевидению, чтобы пополнить свои знания, как до, так и после своего прибытия в страну проживания. Дети из семей с низким социально-экономическим статусом, а также относящиеся к культурным меньшинствам, больше склонны верить в то, что по телевидению показывают правду, чем дети из семей среднего достатка.

Начиная с 1960-х гг. в педагогической науке ведущих стран мира сформировалось специфическое направление «*медиаобразование*» (media education), призванное помочь школьникам лучше адаптироваться в мире медиакультуры, освоить язык средств массовой информации, уметь анализировать медиатексты и т. д.

В рекомендациях ЮНЕСКО 2002 г. подчеркивается, что «медиаобразование – часть основного права каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и получение информации, оно способствует поддержке демократии. Признавая различия в подходах и развитии медиаобразования в различных странах, рекомендуется, чтобы оно было введено везде, где возможно в пределах национальных учебных планов, так же как в рамках дополнительного, неформального образования и самообразования в течение всей жизни человека» [4, с. 25].

Медиаграмотный человек обладает развитой способностью к восприятию, анализу, оценке и созданию медиатекстов, к пониманию социокультурного и политического контекста функционирования медиа в современном мире, кодовых и репрезентационных систем, используемых медиа; жизнь такого человека в обществе и мире связана с гражданской ответственностью.

Медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью

формирования культуры общения, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык медиакультуры.

В ходе анализа литературы, посвященной проблеме медиаобразования, мы отмечаем, что О. Т. Манаевым, Л. С. Школьник, Н. В. Костенко, А. А. Саар рассмотрены информационно-публицистические телепередачи для подростков в воспитательных целях, проведены исследования по повышению эффективности детских и молодежных телевизионных передач; В. А. Сергеевой, Л. С. Якушиной, Г. М. Коджаспировой и К. В. Петровым раскрыты вопросы дидактики и методики использования технических средств массовой коммуникации в учебно-воспитательном процессе образовательных учреждений; Л. А. Беловым разработаны методические рекомендации по использованию видеозаписей в учебно-воспитательном процессе; А. Г. Селевко исследованы социально-педагогические условия оптимизации влияния средств массовой коммуникации на социализацию сельских школьников, педагогические технологии на основе информационно-коммуникационных средств и т. д. К началу XXI в. появились первые обобщающие работы, затрагивающие проблемы медиаобразования в целом (Е. А. Бондаренко, Л. С. Зазнобина, А. В. Спичкин, Ю. Н. Усов, А. В. Федоров, И. В. Чельшева, Н. Ф. Хилько, А. В. Шариков). Проведены исследования, посвященные отдельным направлениям медиаобразования (В. В. Гура, Г. М. Евтушенко, Н. А. Леготина, М. Н. Фоминова, Л. К. Шиян, А. Я. Школьник, Е. В. Якушина и др.). А. А. Новиковой проведены исследования опыта зарубежного медиаобразования.

Анализ изученной научной литературы показывает, что в западных и отечественных источниках можно найти различные определения медиаобразования.

Медиаобразование – направление в педагогике, выступающее за изучение «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т. д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [4, с. 25].

«Под медиаобразованием (*media education*) следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической, автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования медиа как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких, как, например, математика, физика или география» [4, с. 25].

Центральная и объединяющая концепция медиаобразования – репрезентация. Медиа не отражает реальность, а репрезентирует (представляет) ее.

Анализ теории и практики медиаобразования в разных странах (Bazalgette, 1992; Gonnet, 2001; Masterman, 1997; Piette & Giroux, 1997) приводит к мысли, что в мире нет единой теоретической концепции медиаобразования. В начале 1990-х гг. российский исследователь А. В. Шариков (Шариков, 1990) систематизировал ключевые концепции медиаобразования. Анализ основных медиаобразовательных теорий был сделан в трудах Л. Мастермана (Masterman, 1997; Masterman, Mariet, 1994) Ж. Пьетта и Л. Жиру (Piette & Giroux, 1997), Ж. Гонне (Gonnet, 2001) [4, с. 30].

Анализ указанных выше работ позволяет выделить десять основных теоретических подходов в данной области. Анализ трудов по медиакультуре и медиапедагогике приводит к выводу, что в концепциях медиаобразования в целом преобладают воспитательные, обучающие и креативные подходы к использованию возможностей медиа.

В нашей исследовательской работе «Социализация подростков в пространстве медиаобразования» медиаобразование привлекательно как интерактивная деятельность детей. Использование медиаобразования в комплексе с личностно ориентированным подходом предоставит каждому обучаемому развитие личности, ориентированное на ее активную, преобразующую и творческую деятельность, которая согласуется с социальными, глобально-экологическими и общечеловеческими ценностями, что способствует успешной социализации подростков.

Применение медиаобразования «не только значительно преобразует структуру образовательного процесса, но и создает условия для его интенсификации», – считает Г. К. Селевко [2, с. 175]. Главными задачами медиаобразования являются обеспечение адекватного

восприятия и защита сознания подростка от разных манипуляций.

В данной публикации основное внимание акцентировано на возможностях как позитивного, так и губительного влияния средств массовой коммуникации как фактора социализации личности детей. Важно помнить, что мы должны научиться жить не только с традиционными печатными средствами массовой коммуникации, но и со всеми новыми средствами массовой и личной коммуникации, подготовить подрастающее поколение к взаимодействию со всеми новейшими средствами массовой коммуникации. Образование, включая медиаобразование, должно стать, постоянной частью социализации и жизни современного человека в условиях изменяющегося информационного общества – от детства до старости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Саруханов В. А.* Албука телевидения. М.: Аспект Пресс, 2003. 223 с.
2. *Селевко Г. К.* Педагогические технологии на основе информационно-коммуникационных средств. М.: НИИ школьных технологий, 2005. 208 с.
3. *Федоров А. В.* Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 340 с.
4. *Харрис Р.* Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. 448 с.

SPISOK LITERATURY

1. *Sarukhanov V. A.* Azbuka televideniya. M.: Aspekt Press, 2003. 223 s.
2. *Selevko G. K.* Pedagogicheskiye tekhnologii na osnove informatsionno-kommunikatsionnykh sredstv. M.: NII shkol'nykh tekhnologiy, 2005. 208 s.
3. *Fedorov A. V.* Mediaobrazovaniye i mediagramotnost'. Taganrog: Izd-vo Kuchma, 2004. 340 s.
4. *Kharris R.* Psikhologiya massovykh kommunikatsiy. SPb.: Praym-YEVROZNAK, 2003. 448 s.