РОЛЬ КУЛЬТУРАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ТЕЛЕВОЗДЕЙСТВИЯ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ЦЕННОСТЕЙ ДЕТЕЙ 6–10 ЛЕТ

Процесс усвоения детьми социально-культурных ценностей посредством восприятия экранного искусства тесно взаимосвязан с культурально-психологическими механизмами телевоздействия и с медиаобразованием маленьких телезрителей. Данная тема социально востребована как в Беларуси, так и за ее пределами и заслуживает особого внимания. С нашей точки зрения, корректным видится ее рассмотрение сквозь призму взаимодополняющих научных теорий и концепций.

Формирование социально значимых ценностей посредством аудиовизуальных СМИ во многом объясняется *культурно-исторической теорией*. Этот процесс включает *этапы*: 1. *Синтез (отбор и формирование) ценности на основе наблюдения за фактами общественной жизни и их показа ТВ*. Его *стадии*: 1) разноплановость передач; 2) достоверность телепублицистики; 3) обновляемость пропагандируемых ценностных фактов и непрерывность их когнитивного отражения; 4) динамизм факторов познания; 5) опора на научные, исторические знания. 2. *Популяризация ценностей методом анализа синтезированного идеала* – вырабатывается ценностная ориентация (ЦО) как идея, подводящая зрителя к осознанию новой ценности – идеала. 3. *Инклюзия ценности путем пропаганды*. Включившись в систему культурных ценностей, она влияет на мировоззренческие установки людей, а их мнение – на деятельность ТВ. «Замыкается круг» ЦО социума и начинается трансляция ценности внутри него, либо последующим поколениям [14, с.8–9]. Так, система репродуцирования и тиражирования ценностей, посредством телепроизведений, способствует их массовому восприятию детьми в пространственно-временном континууме.

В итоге *формируется мировосприятие, важные социально-культурные ориентиры, нравственные ценности*, в том числе отношение к стране, на-

ции, языку [7, с. 17]. К **аспектам телетрансляции ценностей** относят: 1) *исторический* – включение ценностей прошлого в обращение современного общества; 2) *актуальный* – творческое производство новых культурных ценностей и их передача аудитории [14, с. 10]. Выделяют *три уровня коммуникативного воздействия медийных сообщений на систему ценностей индивида*, соответствующие **компонентам ЦО**: *мотивационному, когнитивному и установочно-поведенческому*. Так, мотивационные особенности активности человека в отношении СМК детерминируют характер его взаимодействия с информационной средой (ИС), в которой он воспринимает определенный набор образов, значений, ролевых моделей. Эти элементы дополняют и трансформируют личностные смыслы, представления, мета-установки. ЦО мотивируют и направляют жизнедеятельность человека [8, с. 24–27].

К **мотивационным типам взаимодействия с ИС** относят: 1) *развлечение, удовольствие – информацию, концентрацию*; 2) *интеграцию, сопричастность – автономию, индивидуализм*. Доминирующая ЦО на универсальные ценности свойственна людям с подвижным взаимодействием с ИС, с использованием разнообразных каналов информации [8, с. 18–23]. Значимость ТВ проявляется, когда демонстрируемые примеры становятся источником научения (Bandura, Ross, Walters, Tan) [20]. Его воздействие сильнее, если в передаче сочетаются движущиеся звуко-зрительные образы и слова с учетом специфических особенностей восприятия [3, с. 11; 12, с. 22]. Также ТВ влияет на внимательность наблюдения. Дети, наблюдающие модельный процесс по телевизору в затемненной комнате, позже ведут себя сходным образом [21, с. 385].

В этой связи особо важно понимание основного конструкта **теории культивирования – унификации** – узнавание «фактов» о реальном мире из ТВ, автоматически откладывающихся в памяти и формирование представления о нем (Shapiro, Hawkins, Adler, Potter) [20]. Эти факты всегда сильно влияют на ценностный выбор, ведь дети с большим доверием относятся к социальной реальности, изображаемой ТВ [14, с. 8; 20]. Младшим школьникам еще свойственно конкретное мышление и активное фантазирование. При этом процесс *аудиовизуального мышления* осуществляется автоматически, но у каждого зрителя по-разному, в зависимости от его эстетического развития [16, с. 54–55], а *восприятие телеискусства* зависит от его *художественного воображения* – свойства сознания, выражающегося в умении на основе жизненного опыта, знаний и наблюдений, творчески домысливать определенные картины жизни, характеры, ситуации, изображенные в телепроизведении [12, с. 23].

К **этапам телевосприятия** относят: 1) отбор образно-эмоциональной информации из содержания телекадров; 2) выстраивание в сознании ди-

намического образа на основе соотнесения отобранной звукозрительной информации; 3) интерпретация увиденного – воссоздание пространственно-временного измерения образа, обогащенного новыми смыслами о происходящем на экране; 4) ощущение ритма киноповествования, передающего эмоциональное состояние героев и автора; 5) погружение в атмосферу ассоциативных, эмоционально-образных, смысловых связей. Так в последовательности отобранных кадров, в особенностях их появления на «внутреннем экране» сознания воссоздается душевное состояние ребенка, его настроение, мироощущение [16, с. 29–33].

Учитывая то, что многократное воздействие детского ТВ способно изменять мировоззрение детей, его *главной задачей* должно быть *развитие художественного воображения, способствующего их творческому ценностно-ориентированному мировосприятию, наглядно-образному, словесно-логическому, а в дальнейшем – дискурсивному и критическому мышлению.*

Конечно, воздействие ТВ является источником знаний о мире и роли человека в нем (*теория социализации*). Однако Meugowitz и Postman отмечают, что дети рано социализируются, узнают о тайном мире взрослых и исполняют взрослые роли. Влияние ТВ заключается в гомогенизации стадий развития (дети становятся похожими на взрослых) и в усилении андрогинности [20]. Наблюдается *тенденция: дети в телешоу показываются как маленькие взрослые.* ТВ стирает традиционную концепцию детства, используя материал взрослого мира как основу для проектирования нового типа личности – *телевизионного взрослого ребёнка.* А *исчезновение этой грани приводит к стиранию социальных секретов, подрывает концепции будущего и ценности ограничений, дисциплины* [9, с. 143–148].

К *условиям*, способствующим максимальному социализирующему телевлиянию, можно отнести *телевизионное воспитание детей и их медиаобразование.* Так, V. Evga считает, что влияние ТВ наибольшее, когда дети смотрят передачи для развлечения и воспринимают их содержание как реалистичное [20]. Конечно, *ТВ расширяет возможности систематического эстетического воспитания своих телезрителей* [3; 4; 5; 7; 12].

Телевоспитание напрямую связано с *нравственной оценкой телеинформации*, обозначающей отношение ребенка (одобрение/осуждение) к поведению и поступкам телегероев, отражающее его уровень воспитанности. Критерии ее сформированности у младших школьников следующие: *мотивационный* (интерес к телепередачам, их осознанный выбор); *когнитивный* (знания ценностей, анализ поступков телегероев, и их мотивов); *деятельностный* (соответствие поведения нравственным нормам). Телеинформация должна *исключать навязывание нравственных оценок, норм поведения телегероев, предоставляя ребенку выбор допустимых образцов поведения* [4, с. 136–137].

По мнению Л.М. Баженовой, младший школьник должен знать, что *экранные искусства имеют особый язык*, отличающийся от того, которым говорят с ним музыка, изобразительное искусство, танец, театр. Этот *аудиовизуальный язык* влияет на эстетическое воспитание и включает: динамическое движущееся изображение, речь, музыку; шумы [2, с. 9]. *Его основные элементы*: цвет изображения, кадр, план, ракурс, монтаж – создают особую экранную реальность, воспринимаемую через пространство кадра, вызывая идентификацию ребенка как с реальной действительностью. Так, в форме игры, творческого задания надо показать, из чего возникает сложный аудиовизуальный образ, передающий содержание и мысль автора [2, с. 9–10]. Например, благодаря специфическим средствам художественной выразительности, *особую привлекательность для детей имеет мультфильм*, транслирующий социальные нормы и ценности в доступной для восприятия форме [22, с. 77].

Значимую аксиологическую роль играет *детская телепередача*, все компоненты которой (содержание, форма, речь, жесты, поведение героев) имеют огромный духовно-нравственный смысл [5, с. 9]. Так, речь должна быть теплой, доверительной, простой, задушевной, легкой, спокойной и мягкой. Важен показ человека с его мыслями, чувствами, переживаниями [12, с. 4–5], с осознанием мотивов, моральной оценкой поступков и ответственностью за них [3, с. 10]. Доказано, что под влиянием телепередачи у детей *увеличивается число ассоциативных связей с прошлым опытом, с ранее приобретенными знаниями, с явлениями реальной действительности*. Познавательная деятельность, органически переплетаясь с эмоциональной, способствует созданию целостного представления об изучаемых предметах и явлениях. Поскольку изображение всегда подкреплено словом, то слова в сознании обретают большую устойчивость. Эффективность же воздействия ТВ зависит от индивидуальных и возрастных особенностей, от уровня развития учащихся, от их отношения к ТВ как источнику обучения [13, с. 25].

Необходимым видится комплекс многосторонних знаний о ТВ для *развития мировоззрения детей, их социальности и критического мышления*. Серьезность данной проблемы объединяет ученых, чьи взгляды устремлены на развитие *аудиовизуальной культуры юных телезрителей* посредством **медиаобразования** [11; 16; 17], призванного защищать личность ребенка, находящуюся в «кризисе идентичности», от негативных телеэффектов и осуществлять эффективное обучение с помощью ТВ. Согласно российским ученым (А. Федоров, Н.А. Овсянникова) *медиаобразование – процесс развития личности с помощью и на материале СМК с целью формирования медиакультуры, творческих, коммуникативных способностей, умений*

полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки информации, критического мышления [5, с. 12]. По **концепции непрерывного нравственно-эстетического воспитания, в процессе медиаобразования** необходимо соблюдение *принципов*: 1) *транспарентность* – открытость, доступность любой информации и высокая культура демократического стиля общения; 2) *элективность* – свобода творческого выбора в ситуации «или-или»; 3) *нарративность* – владение искусством слова, рассказа, повествования [5, с. 12].

L. Masterman, основоположник **медиаобразовательной теории развития критического мышления**, считал, что необходимо анализировать механизмы идеологического воздействия ТВ, понимать направленность ЦО медиатекстов, изучать восприятие медийной продукции аудиторией, развивать ее критическое мышление [17, с. 131]. На взгляд С.Г. Кара-Мурзы, *критическая оценка получаемой информации* – одна из важнейших функций интеллекта – иммунитет сознания. *Отключение ТВ критического восприятия* ведет к беспрепятственному попаданию в сознание ложной и опасной информации, которая остается там, «принимаясь к действию» [10]. Следовательно, *развитие критического мышления детей* – особо актуальная социально-педагогическая задача, связанная с качеством жизни будущих поколений. У людей с развитыми коммуникативными навыками развито и критическое восприятие, они более дружелюбны, толерантны [6, с. 53–54]. Однако, как показали исследования Т.З. Адамьянц, на протяжении 40 лет лишь 13,6 % телезрителей оказались способными к адекватному пониманию материалов СМИ благодаря развитому критическому мышлению, что связано с навыками, которые необходимо совершенствовать [6, с. 53].

Таким образом, усвоение юными телезрителями социальнo-культурных ценностей посредством телевоспитания и медиаобразования требует развития у них навыков общения с телеискусством, пробуждения их воображения, творческих способностей и развития их критического мышления.

Литература

1. Багдади, Д.Х. Воздействие телевидения на детей :автореф. дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.06 / Д.Х. Багдади. – Минск., 1998. – 20 с.
2. Баженова, Л.М. В мире экранных искусств / Л.М. Баженова. – М., 1992. – 74 с.
3. Гужва, Л.А. Телевидение и нравственное воспитание личности :автореф. дисс. ... канд. филос. наук / Л.А. Гужва. – Киев, 1967. – 20 с.
4. Гундорова, И.В. Формирование нравственных оценок телевизионной информации у младших школьников : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / И.В. Гундорова. – Кострома, 2004. – 209 с.

5. Дзуцева, З.Б. Нравственно-эстетическое воспитание молодежи средствами телевидения :автореф. дисс. канд. пед. наук : 13.00.01 / З.Б. Дзуцева. – Владикавказ, 2006. – 22 с.
6. Ермизина, Е.В. Мультфильмы – дети: от контента к пониманию / Е.В. Ермизина // Мир психологии. – 2010. – №1 (61). – С. 51–58.
7. Ермизина, Е.В. Социальная диагностика в регулировании социально ответственной деятельности телевидения: (на примере исследования телепродукции для детской аудитории) :автореф. дисс. ... канд. соц. наук : 22.00.08 / Е.В. Ермизина. – Москва, 2010. – 22 с.
8. Ерохин, Д.О. Информационная среда как фактор формирования ценностей молодежи :автореф. дисс. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Д.О. Ерохин. – Москва, 2011. – 28 с.
9. Постман, Н. Исчезновение детства / Н. Постман // Детское кино – детям: материалы научн.-практ. конф. Третьего Тверского межрегионального кинофестиваля / сост. В.В. Солдатов. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2012. – 164 с.
10. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Кара-Мурза, С. Смирнов / Электронная библиотека Royallib.com. – 2009. – Режим доступа : http://royallib.com/book/karamurza_serгей/manipulyatsiya_soznaniem_2.html. – Дата доступа : 15.05.2015.
11. Колбышева, С.И. Учимся смотреть мультики / С.И. Колбышева. – Минск : Беспринт, 2010. – 80 с.
12. Леонидзе, Н.С. Телевидение – средство эстетического воспитания: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Н.С. Леонидзе. – Тбилиси, 1965. – 27 с.
13. Мишанина, В.И. Развитие познавательной активности дошкольников средствами телевидения в условиях семьи:дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / В.И. Мишанина. – М., 1996. – 152 с.
14. Поликарпова, Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе / Е.В. Поликарпова. Ростов-на-Дону : ИППК при РГУ, 2002. – 178 с.
15. Усов, Ю.Н. В мире экранных искусств / Ю.Н. Усов. – М.: SvR-Аргус, 1995. – 224 с.
16. Федоров, А.В. Критический анализ медиатекста, содержащего сцены насилия, на медиаобразовательных занятиях в студенческой аудитории (на примере фильма «Груз 200») / А.В. Федоров // Медиаобразование.– Москва. 2007. – № 4. – С. 131–157.
17. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб: Прайм-Евронек: «Нева», М.: Олма-пресс. – 2002. – 445 с.
18. Хьелл, Л. Теории личности (Основные положения, исследования и применение) // Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб : Питер Ком, 1999. – 608 с.
19. Шариков, А.В. Место анимации в жизни младших дошкольников / А.В. Шариков, Ю.В. Айгистова // Культурно-историческая психология. – 2014. – Т. 10. – № 4. – С. 72–79.