

НАУКОВА РОБОТА

ФОРМУВАННЯ У СТАРШОКЛАСНИКІВ
ЗДАТНОСТІ ДО КРИТИЧНОГО
СПРИЙНЯТТЯ ВПЛИВІВ ЗАСОБІВ
МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА	6
1.1. Деструктивний вплив ЗМІ на формування свідомості старшокласників ...	6
1.2. Критичне мислення як фактор адекватного сприйняття впливів ЗМІ	12
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДНО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА РОБОТА З ФОРМУВАННЯ У СТАРШОКЛАСНИКІВ КРИТИЧНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ВПЛИВІВ ЗМІ...	16
2.1. Аналіз рівня сформованості критичного ставлення учнів старшої школи до впливів ЗМІ.....	16
2.2. Медіаорієнтована модель формування критичного мислення у старшокласників.....	23
2.3. Аналіз результатів формувального експерименту.....	28
ВИСНОВКИ.....	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	30
ДОДАТКИ.....	33

ВСТУП

Актуальність дослідження. Засоби масової інформації є невід'ємною частиною життя сучасного суспільства. Здійснюючи соціальний контроль і управління, впливаючи на формування суспільної думки, поширюючи знання, інформуючи населення про події, вони тим самим виконують важливі функції підтримання і зміцнення суспільних відносин.

Сьогодні засоби медіа все активніше впливають на різні аспекти життєдіяльності суспільства. Соціалізацію сучасної людини неможливо розглядати без врахування впливу засобів масової інформації. Формування моральних норм, зразків соціальної поведінки, ціннісних орієнтацій, ідеалів відбувається в соціокультурному просторі, де поряд з такими інститутами соціалізації, як сім'я і школа, надзвичайно важлива роль належить засобам масової інформації.

Водночас соціологічні дослідження свідчать про неоднозначний вплив засобів масової інформації на формування свідомості молоді. Досить часто телевізійні канали та інші медіазасоби маніпулюють дитячою свідомістю, подаючи в позитивному світлі зразки агресивної, користолюбної, егоїстичної поведінки.

Актуальність дослідження визначається важливістю розвитку критичного мислення як засобу коригування впливів засобів масової інформації на формування моральної свідомості старшокласників.

В Україні стан інформаційного середовища з точки зору його впливу на особистісний розвиток не можна вважати прийнятним. Інформаційний простір екстенсивно розширюється, продовжується стрімкий розвиток різноманітних каналів комунікації. Але з точки зору розвитку особистості та її інформаційної безпеки ці канали несуть велику кількість негативної, неточної й деструктивної інформації.

Російський дослідник А.Журін пише, що вплив ЗМІ на школярів майже неможливо зупинити, тому «...необхідно навчити дітей відділяти зерна від половини, зробити засоби масової інформації не суперником, а союзником

учителя». Це дасть змогу дітям виважено підходити до медійних повідомлень, не вірити їм наосліп [9, с. 48].

Розвиток критичного мислення старшокласників необхідний для розуміння учнями подій і явищ навколишнього світу, адекватного сприйняття новин, виокремлення неправдивої інформації, а отже, зниження можливостей маніпулювання глядачами, що сприяє виробленню у підростаючого покоління чіткої життєвої позиції.

Об'єкт дослідження: формування моральної свідомості учнів старших класів загальноосвітньої школи.

Предмет дослідження: формування у старшокласників здатності до критичного сприйняття впливів засобів масової інформації.

Мета дослідження: обґрунтувати та експериментально перевірити педагогічну модель формування критичного мислення старшокласників як особистісного чинника адекватного сприйняття впливів засобів масової інформації.

Завдання дослідження:

1. З'ясувати особливості впливу засобів масової інформації на формування свідомості сучасних старшокласників.

2. Визначити рівні та чинники маніпулятивного впливу засобів масової інформації на свідомість старшокласників.

3. З'ясувати рівень критичного сприйняття старшокласниками інформації, що подається засобами масової інформації.

4. Розробити та апробувати педагогічну модель формування критичного мислення старшокласників як чинника адекватного сприйняття впливів ЗМІ.

Теоретичною основою дослідження виступили положення щодо соціалізації як фактору розвитку особистості (Кон І.С., Смелзер Дж., Буєва Л.П. та ін.); теоретичні положення про сутність і функції засобів масової інформації (Тоне Ж., Грушин Б.А., Москаленко А.З., Богомолова Н.Н., Вацлавик П., Прохоров Є.П., Фомічова І.Д.); психолого-педагогічні дослідження впливу засобів масової інформації на особистість (Шорт У., Бандура А., Джонсон Дж.,

Ануфрієва А., Волянська О.В., Собкін В.С.); концептуальні положення щодо сутності та педагогічних шляхів розвитку критичного мислення особистості (Брюшинкін В.Н., Федоров А.В., Ліпмен М. та ін.).

Для розв'язання поставлених у дослідженні завдань використано комплекс взаємопов'язаних теоретичних і емпіричних **методів дослідження**:

- *теоретичні методи* (аналіз, моделювання, узагальнення) застосовувалися для вивчення психолого-педагогічної літератури і визначення теоретичних концептуальних засад дослідження, уточнення сутності та змісту критичного мислення особистості;
- *емпіричні методи* (анкетування, бесіда, формувальний експеримент) використовувалися для вивчення впливу ЗМІ на свідомість сучасних учнів, а також перевірки ефективності розробленої медіаорієнтованої моделі формування критичного мислення старшокласників;
- *методи математичної статистики* застосовувались для обробки отриманих даних, виявлення кількісних залежностей між досліджуваними явищами.

Експериментальна база дослідження. Дослідно-експериментальна робота здійснювалася на базі ЗОШ I-III ступенів №11 м. Вінниці. Загалом дослідженням був охоплений 101 учень 10-11 класів.

Теоретичне значення дослідження полягає в тому, що:

- визначено чинники деструктивного впливу ЗМІ на формування свідомості сучасних старшокласників;
- розроблено медіаорієнтовану педагогічну модель розвитку критичного мислення старшокласників;
- систематизовано форми та методи формування у старшокласників здатності до критичного аналізу впливів засобів масової інформації.

Практичне значення дослідження визначається тим, що його результати можуть використовуватися з метою підвищення ефективності виховної роботи з учнями загальноосвітніх шкіл, формування у них «психологічного імунітету» до маніпулятивних впливів засобів масової інформації. Крім того, матеріали дослідження можуть знайти застосування у вищих педагогічних закладах

України під час оновлення та розширення змісту навчальних курсів „Педагогіка”, „Методика виховної роботи”, а також розробки спецкурсу „Формування критичного мислення в учнів загальноосвітньої школи”.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дослідження доповідалися на студентській науковій конференції у Вінницькому державному педагогічному університеті ім. М. Коцюбинського (Вінниця, грудень 2012 р.).

Публікації. Положення дослідження опубліковані у збірнику студентських наукових робіт «Педагогічний пошук» Вінницького державного педагогічного університету імені М. Коцюбинського (Вінниця, грудень 2012 р.).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 35 сторінок, з них 29 сторінок основного тексту. Ілюстративний матеріал подано у 3 рисунках і 2 таблицях. Бібліографія містить 22 найменування.

РОЗДІЛ 1. ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ СВІДОМОСТІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА

1.1. Деструктивний вплив ЗМІ на формування свідомості старшокласників

Засоби масової інформації відіграють велику роль у житті людини будь-якого віку. Але вікові та психологічні властивості старшокласників зумовлюють їх особливу чутливість і вразливість щодо впливів ЗМІ. Це пояснюється тим, що саме у старшому підлітковому віці відбуваються суттєві зміни, які супроводжують перехід від дитинства до юності: зароджуються нові інтереси, змінюються стосунки з дорослими і товаришами, яскраво виявляється прагнення до самостійності і властивих дорослим форм поведінки. Ці процеси відбуваються на тлі відсутності достатнього життєвого досвіду, який підліток намагається компенсувати за рахунок інформації, отриманої з телебачення, Інтернету тощо. Продукція, яку постачають мас-медіа надзвичайно різноманітна, і серед неї багато такої, яка може негативно впливати на ще нестійку психіку старшокласників, їх поведінку, характер і здоров'я.

Сьогодні під поняттям мас-медіа розуміють установи (телестудії, радіостанції),

жанри (газети, журнали) і технології (факс, радіо, Інтернет тощо), які забезпечують масову комунікацію. Засоби масової інформації – технічні засоби (преса, радіо, кінематограф, телебачення, Інтернет), за допомогою яких поширюється інформація (знання, стереотипи, ціннісні орієнтації, моральні і правові норми тощо) на кількісно великі розосереджені аудиторії [10].

Масова комунікація соціально обумовлена. За допомогою її засобів набувають масового тиражування духовні цінності та соціальні норми, які в систематизованому вигляді відображають пануючі світоглядні уявлення, суспільні настрої. Поширення інформації за допомогою масової комунікації є засобом політичного, економічного та інших впливів на свідомість (мислення) та діяльність (поведінку) людей.

Сприймання продукції мас-медіа, особливо телебачення, найбільшою мірою позначається на формуванні свідомості та поведінки сучасної молоді. Існують підстави говорити про два шляхи впливу телепередач на формування свідомості юних глядачів: індуктивний і дедуктивний. Перший полягає в тому, що особистість, відштовхуючись від змісту конкретної інформації, узагальнює її і виводить загальне правило, принцип поведінки. Таким чином шляхом абстрагування від безпосереднього змісту розмови, кінофільму формуються загальні уявлення і схеми поведінки, «формули життя». Цікава позиція дітей: вони шукають у кіногероеві найбільш абстрактний образ, узагальнені ознаки життєвого успіху, які дають можливість створити свою багатоваріантну модель. Другий шлях полягає в конкретизації проблем, які прозвучали в телепередачі. Нерідко діти буквально без змін переносять побачене у власний життєвий досвід. Наївно-реалістичний характер сприйняття часто виводить дитину за межі тих аспектів проблеми, які розглядалися у передачі. Молодь, як правило, прагне знайти на телеекрані довірену особу, стати активним учасником теледіалогу, шукає особистісного контакту і легко бере участь у різних формах видовищного телеспілкування.

Вчені зазначають, що у вік електронних засобів масової інформації розмиваються відмінності між періодами дитинства і дорослого життя. Поява телевізора перетворила культуру в «емоційне споживання кадрів», які постійно

змінюються на екрані. Вже у сімдесятих роках ХХ ст. у перших соціологічних дослідженнях на цю тему було встановлено, що учні в середньому витрачають на перегляд телебачення 2,5-3 години на добу. Приблизно стільки ж школяр витрачає на перегляд телепрограм і у наш час, причому в кожній програмі він бачить як мінімум 3 сцени насильства. За свідченням нейропсихологів, це справляє надмірний вплив на праву півкулю, пов'язану з одnobічним візуальним сприйняттям зовнішнього світу. В той же час виключається ліва півкуля, де розміщені центри мислення і мовлення [12].

Дослідження, проведені з метою вивчення міри «споживання» дітьми телепередач, показали, що 90 % учнів дивляться відеофільми, причому деякі з них – до 20 фільмів на тиждень, в тому числі заборонених для їхнього віку. Виявлено тісну залежність між тривалим переглядом телепрограм і низькою успішністю в школі [2].

Спеціалісти-медики відмічають, що відверто непристойні відеофільми і фільми жахів небезпечні для дітей з високою збудливістю. Пристрасть до таких відеофільмів провокує асоціальну поведінку, агресивність, вандалізм, злочинність [1]. Дослідники намагалися встановити зв'язок між частотою перегляду передач, що містять сцени насильства, і схильністю до «пошуку пригод» в реальному житті. Особливо це стосується молоді віком 11-25 років. З'ясовано, що ті, хто полюбляє ризикувати в реальному житті, менш схильні до перегляду телепередач як з насиллям, так і без нього, оскільки сприймають себе як активно діючих, а не просто спостерігачів. Ті ж, кого приваблювали незаконні дії, але хто не вдавався до них у реальному житті, охоче дивилися матеріали з елементами насильства, особливо реалістичні фільми про злочинність, і в такий спосіб задовольнялись «вторинними» відчуттями [16].

У 2000 році було проведено дослідження, яке підтвердило гіпотезу про те, що перегляд сцен насильства може призводити до посилення агресивності у людей. Група американських вчених на чолі з професором Колумбійського університету Дж. Джонсоном в 1975-2000 роках спостерігала за 700 нью-йоркськими сім'ями. Вчені дійшли висновку, що насильство і агресію провокує практично вся телепродукція: новини, спортивні програми, реклама, кінофільми і навіть дитячі

телепередачі. За даними дослідження, під час ефірного часу в прайм-тайм на екрані відбувається від 3 до 5 актів насильства, а при демонстрації дитячих програм, зокрема, мультфільмів, ця кількість збільшується до 20-25. У процесі спостережень з'ясувалося, що люди, які в дитинстві вирізнялися агресивною поведінкою, з віком втратили схильність до агресивних дій, якщо менше дивилися телевізор. Це підтвердило думку, що саме тривалий перегляд телепрограм веде до агресії, а не навпаки [20]. Дослідники виявили чіткий взаємозв'язок між агресивністю і переглядом телепрограм у юнаків і дівчат. У кожній сім'ї, за якою спостерігали, на початковій стадії експерименту була дитина у віці від 1 до 10 років. На завершальній стадії дослідження в 2000 році всі повнолітні молоді люди (в середньому тридцятирічні) заповнили анкету, відповівши на запитання про їхню схильність до агресії. Результати були такими: 43% тих, хто у віці 14 років дивився телевізор понад 3 години на добу, виявилися схильними до насильства, а 20% були потенційними злочинцями. З тих, хто витрачав на перегляд телепрограм менше години на день, агресивність виявилася всього у 9 % [20, с. 12].

Аналогічні результати були отримані у дослідження, проведеному в 1999 році в Росії. За даними центру соціології освіти Російської Федерації, в середньому на 1 годину трансляції припадає 4,2 сцени насильства або еротики (кожні 15 хвилин). В середньому підліток проводить біля телеекрану близько 2,5 години, отже, пругом цього часу він бачить як мінімум 8 сцен насилля, агресії і еротики. Аналіз частоти появи сцен насилля і еротики в різний час і в різні дні тижня дозволяє зробити висновок, що як у добовому, так і в тижневому циклі телепередач простежується тенденція до збільшення кількості трансляцій сцен насилля і еротики в релаксаційні фази життєвого циклу. Ці дані говорять про те, що саме в релаксаційних фазах, коли знижується рівень самоконтролю і критичності, відбувається сприйняття глядачем негативних зразків поведінки. Крім того, зростання кількості сцен агресії в нічні години (стан «перед-сну») ставить психологічне питання про відпрацювання негативних моделей поведінки у сновидіннях. Дослідники констатують існування особливої «техніки» телемовлення, яка призводить до введення у свідомість девіантних моделей поведінки і їх особистісного присвоєння [17].

Аналіз причин та умов, що породжують протиправну поведінку неповнолітніх, свідчить, що поряд з іншими чинниками – кризою моралі, економічною нестабільністю, негативним впливом на неповнолітніх мікро середовища – суттєвого значення набуває такий чинник, як вплив засобів масової інформації. За даними дослідження, проведеного в Україні О.Ю. Дроздовим, існує кореляція між схильністю підлітків до перегляду "агресивної" телепродукції, що демонструється українськими ЗМІ, та агресивною поведінкою в реальному житті. Так, в результаті соціально-психологічних досліджень, проведених в м. Чернігові та Чернігівській області серед підлітків різних соціальних груп, в тому числі і засуджених за різні злочини, було встановлено, що в середньому 52% піддослідних (девіантна молодь) подобається жанр бойовиків, герої яких сприймаються як моделі для наслідування. Серед підлітків недевіантної групи таких піддослідних було в середньому 40% [16].

Крім посилення агресивності, дослідники вказують на ще один негативний ефект впливу ЗМІ на соціалізацію молоді: відчуття відірваності від реального життя. У дитини, що знаходиться в телевізійній чи комп'ютерній віртуальній реальності, створюється враження, ніби вона безпосередньо бере участь у створених нею ж самою подіях, є головною дійовою особою подій. У цій ситуації дитина реалізується як *Homo probabilis* – людина Можлива чи Імовірна, весь час перебуває у стані напруги від розладу з самою собою [3, с.5].

Слід підкреслити, що засоби масової інформації створили цілком нову ситуацію у формуванні потреб молоді. Кіно і телебачення відкривають практично безмежні можливості пізнання світу, демонструють різноманітні стандарти життя. В результаті у дітей можуть формуватися потреби, які не співвідносяться з їх реальними можливостями та можливостями їхніх батьків.

Російський учений А.В. Федоров говорить про маніпулятивний вплив засобів масової інформації на аудиторію, що здійснюється на різних рівнях [18, с. 44]:

- психофізіологічному, пов'язаному з простими емоціями, коли на підсвідомому рівні разом з діями персонажа телепрограми сприймається і світ, в якому, наприклад, мета виправдовує засоби, а жорстокість і насильство сприймаються як щось природне;

- соціально-психологічному, який ґрунтується на ефекті компенсації, коли глядачеві пропонується ілюзія здійснення його заповітних бажань шляхом ідентифікації з персонажами телепередачі;

- інформаційному, суть якого полягає у відображенні корисних для аудиторії утилітарно-побутових відомостей: як досягти успіху в любові, уникнути небезпеки, зуміти відстояти себе в критичній ситуації;

- естетичному, розрахованому на ту частину аудиторії, для якої формальна майстерність творців телепрограми може слугувати підставою для виправдання, наприклад, натуралістичного зображення насильства чи агресії.

Ефективність маніпулятивних впливів ЗМІ на свідомість молоді досягається за рахунок того, що: а) пропагуючи те чи інше явище, ЗМІ настільки маскують прихований зміст і кінцеву мету повідомлення, що людині (особливо молодій) дуже важко про них здогадатися; б) постійний повтор одноманітної інформації фіксується в свідомості (а інколи і в підсвідомості) людини; в) люди схильні довіряти мас-медіа; г) інколи люди приймають те чи інше явище (моду, цінності, норми, моделі стосунків і поведінки), намагаючись відповідати вимогам, які висуває сучасне суспільство, моді, регламентатором якої виступають ЗМІ.

Популярні телепередачі своїм успіхом серед аудиторії зобов'язані багатьом чинникам: опора на фольклорні і міфологічні джерела, яскравість метафор, орієнтація на послідовне втілення найбільш стійких сюжетних схем, синтез природного і надприродного, стандартизація ідей, ситуацій, характерів, ефект щасливого фіналу, «чарівна сила» героїв, інтуїтивне вгадування підсвідомих інтересів аудиторії.

Аналізуючи проблему маніпулятивного впливу сучасних засобів масової інформації на молодь, Л. Іванова зазначає: «універсальними цінностями, що пропонуються дітям і юнацтву, сьогодні виступають цінності забезпечених прошарків міського населення. Для утвердження системи цих цінностей існують два шляхи: пряма нав'язлива пропаганда, наприклад, вихваляння спритності, безпринципності, продажності, матеріального збагачення за будь-яку ціну, і створення художніми засобами непривабливого образу літніх людей, що часто

виступають в ролі алкоголіків, диваків, жебраків» [12, с.256].

Ідеальна аудиторія, на яку ефективно впливають маніпулятивні прийоми, – люди, позбавлені здатності критично сприймати інформацію. Ось чому дуже часто телепрограми побудовані у вигляді калейдоскопа, мозаїки динамічної зміни ритмічно організованих епізодів. Кожен з них має коротку тривалість, володіє певною інформативністю, спирається на ефект компенсації, впливає на емоційно-інстинктивну сферу свідомості.

1.2. Критичне мислення як фактор адекватного сприйняття впливів ЗМІ

Засоби масової інформації пропонують молоді величезний обсяг різноманітної інформації. Щоб розібратися в цьому інформаційному потоці, відділити корисне і цінне від дешевого і шкідливого, особистості необхідна певна підготовка. В умовах інформаційного перенасичення у молоді необхідно сформувати своєрідний «психологічний імунітет» до маніпулятивних впливів ЗМІ, навчити грамотно сприймати й аналізувати інформацію, визначати різницю між правдивими фактами, надійними джерелами і тими, що вимагають перевірки, подають неясні або неоднозначні відомості, пояснити механізми і наслідки впливу ЗМІ на глядачів і слухачів. Таким «психологічним імунітетом», який забезпечить адекватне сприйняття впливів ЗМІ, на наш погляд, може бути критичне мислення особистості. Дотримуючись орієнтації на розвиток критичної думки, французький медіапедагог Ж. Гоне вважає, що головне – допомогти учневі стати вільним, толерантним громадянином демократичного суспільства, що володіє автономним мисленням [7, с.35].

У психолого-педагогічній літературі існують різні підходи до розуміння сутності критичного мислення. Так, американський дослідник Д. Джонсон визначає критичне мислення як «особливий вид розумової діяльності, що дозволяє людині сформувати здорову думку про запропоновану їй точку зору або модель поведінки» [20, с.10]. Російський науковець В. Брюшинкін трактує критичне мислення як «послідовність розумових дій, спрямованих на перевірку суджень або систем суджень з метою з'ясування їх невідповідності фактам, нормам або прийнятим цінностям» [5, с.30].

Американському філософові і педагогові М. Ліпмену, на наш погляд, вдалося досить чітко визначити відмінності критичного мислення від буденного [див. табл. 1.1]. На відміну від нечіткості, неточності і невизначеності буденного мислення, критичне мислення характеризується ясністю, точністю і конкретністю. Непослідовність, нелогічність, поверховість, банальність, упередженість поступаються місцем послідовності, логічності, глибині, значущості, неупередженості критичного мислення.

У контексті нашого дослідження ми розглядаємо критичне мислення як складний пізнавальний процес, що передбачає сприйняття, логічний аналіз і оцінку інформації, яка поступає до людини через засоби масової комунікації. Критичне мислення є оцінюючим і рефлексивним. Це відкрите мислення, що розвивається шляхом синтезу нової інформації та життєвого досвіду. В цьому полягає відмінність критичного мислення від творчого, яке не передбачає оцінювання, а лише продукує нові ідеї, що виходять за межі життєвого досвіду, усталених норм і правил.

Таблиця 1.1

Ознаки буденного і критичного мислення (за М. Ліпменом [21, с.38-43])

Буденне мислення	Критичне мислення
Довіра до інформації.	Припущення можливості різних трактувань інформації.
Об'єднання понять за асоціацією.	Розуміння принципів, механізмів.
Припущення без достатніх підстав.	Побудова гіпотези.
Випадкове групування фактів, явищ.	Обґрунтована класифікація фактів, явищ.
Висловлення неаргументованої думки або інтуїтивної здогадки.	Висловлення аргументованої думки.
Стихійне надання переваги.	Зважене, оцінююче судження.
Формулювання думок без опори на критерії.	Формулювання думок на основі певних критеріїв.
Спонтанне формулювання висновків.	Логічне формулювання висновків на основі критичного аналізу фактів і явищ.

Основні ознаки критичного мислення (за Д. Клустером, США): самостійність; інформація є відправним, але не кінцевим пунктом критичного мислення; критичне мислення розпочинається з постановки питань і виявлення проблем, які потребують вирішення; критичне мислення вимагає переконливої аргументації; критичне мислення є соціально орієнтованим [13].

Характеризуючи сутність критичного мислення, необхідно звернути увагу на різницю між критичним і цинічним ставленням до дійсності. Цинізм – це відверте, зухвало-зневажливе ставлення до норм суспільної моралі, культурних цінностей і уявлень про благопристойність. Він призводить до цілковитого заперечення інформації, досить часто при цьому використовуються популярні кліше: «новини – це пропаганда», «все, що вони повідомляють, – брехня» [12, с. 255]. На відміну від цього, критика полягає у серйозній, виваженій, вибірковій оцінці інформації, яка піддається виправданим сумнівам і аналізу.

Британський дослідник Л. Мастерман вказує на необхідність щонайменше чотирьох напрямів аналізу продукції засобів масової інформації: 1) на кого покладається відповідальність за її створення, хто володіє засобами масової інформації і контролює їх; 2) як досягається необхідний ефект; 3) які ціннісні орієнтації нав'язуються аудиторії; 4) як їх сприймає аудиторія. Як бачимо, Л. Мастерман прагне орієнтувати аудиторію на розвиток „критичного мислення”, аналіз механізмів впливу ЗМІ і цінностей тієї чи іншої інформації [15, с.47].

Російські вчені Є.Л. Вартанова і Я.М. Засурський вважають, що «аналізувати повідомлення, зміст ЗМІ – обов'язок кожного критично мислячого громадянина. ...І якщо наші діти вже в школі навчаться розуміти, що їм повідомляють, вони зможуть думати і приймати творчі рішення в майбутньому. Критичний аналіз ЗМІ – не професія, а спосіб зрозуміти сучасне життя» [11, с.67].

Дослідники виділяють чотири розумові уміння, характерні для критичного мислення: 1) виявлення і заперечення припущень; 2) перевірка фактичної точності і логічної послідовності інформації; 3) розгляд контексту; 4) аналіз альтернатив. На наш погляд, формування у старшокласників цих умінь може забезпечити критичне сприйняття ними впливів засобів масової інформації.

Уміння виявляти і спростовувати припущення полягає, по-перше, у визначенні припущень, прихованих у сприйнятій інформації, і, по-друге, в усвідомленні того, як припущення впливають на наше мислення. Одержуючи нову інформацію, критично мисляча людина завжди намагається виявити припущення, які сформували цю інформацію, відокремити думку від факту [5, с.32]. Важливо

навчити учнів з'ясувати, з яких припущень виходив автор ін формації, на основі чого робив висновки, чим є висновки: фактами чи припущеннями. Учні мають зрозуміти, що більшість фактичних заяв містять припущення, які, у свою чергу, можуть бути судженнями, зробленими на основі упереджень.

З метою заперечення припущення після його виявлення варто запропонувати старшокласникам подумати над такими питаннями: «Чи є це припущення виправданим і прийнятним? Чому так або чому ні? Чи згодний я з цим припущенням? Що б відбулося, якби було зроблене інше припущення?».

Уміння перевіряти фактичну точність і логічну послідовність інформації передбачає відповідь на два основні питання: «Наскільки фактично точна інформація? Чи є доказ логічним і послідовним, чи в міркуванні є помилка?»

Щоб перевірити фактичну точність твердження рекомендується задуматися над тим, чи очевидні фактичні помилки автора. Чи можуть факти або заяви бути підтвержені? Яке джерело інформації? Тобто критично мисляча людина приділяє особливу увагу вивченню доказів, на яких побудована заява. Після перевірки на точність варто проаналізувати логічну послідовність і поставити друге питання: «Чи логічно зроблені висновки на основі пред'явлених фактів?». Це дає змогу визначити істинність чи хибність міркувань.

Психологи вважають уміння розглядати контекст найбільш важливим у критичному мисленні [5]. Під час отримання нової інформації критично мислячу людину завжди цікавить те, в якому контексті ця інформація має сенс. Вона аналізує: може ця інформація бути застосована в будь-якій ситуації чи тільки в особливих умовах.

Уміння розглядати альтернативи може бути сформоване за умови відповідного тренування. Для цього рекомендується користуватися певними стратегіями. Наприклад, спрощення складної інформації: а) розділити інформацію на складові частини; б) уявити її у вигляді зорової моделі, що спростить складну інформацію і допоможе виявити альтернативи; в) спробувати уявити складну інформацію на прикладі аналогічних повсякденних ситуацій. Також може використовуватися стратегія нової постановки проблеми, що означає спробу поглянути на неї з нової точки зору.

Отже, чотири вміння (виявлення і спростування припущень, перевірка фактичної точності і логічної послідовності, розгляд контексту, вивчення альтернатив) становлять основу критичного мислення. Узяті разом вони дозволяють критично осмислити будь-яке повідомлення засобів масової інформації і зробити правильні висновки.

У процесі формування в школярів умінь критичного мислення педагоги можуть використовувати різні методичні прийоми: пропонувати учням проаналізувати різноманітні судження, погляди на проблему; спонукати школярів до вироблення самостійних суджень, рішень, висновків; використовувати на заняттях різноманітні види парної і групової роботи, в тому числі дискусії і дебати; формувати в учнів якості, необхідні для продуктивного обміну думками: вміння слухати інших, аргументувати власну точку зору тощо.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДНО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА РОБОТА З ФОРМУВАННЯ У СТАРШОКЛАСНИКІВ КРИТИЧНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ВПЛИВІВ ЗМІ

2.1. Аналіз рівня сформованості критичного ставлення учнів старшої школи до впливів ЗМІ

З метою визначення ціннісних орієнтацій, які формуються у старшокласників під впливом засобів масової інформації, ми використали метод анкетування. Запитання анкети мали напівзакритий характер, що дало змогу опитуваним максимально чітко висловити свою думку. Створюючи анкету, ми ставили перед собою такі завдання:

- з'ясувати місце засобів масової інформації, зокрема телебачення, у структурі загального вільного часу старшокласників обсяг часу, що витрачається в день на перегляд телепередач;
- визначити телевізійні вподобання старшокласників: улюблені телепрограми, фільми та їх герої як можливі об'єкти наслідування;
- виявити вплив засобів масової інформації на формування ціннісно-орієнтаційної сфери учнів старших класів.

Анкетування проводилось серед учнів 10-11 класів у м. Вінниці (30 осіб), районному центрі Калинівка (24 особи) і с. Сосонка Калинівського району (21 особа). Загалом в анкетуванні взяли участь 75 осіб.

Для того, щоб проаналізувати вплив засобів масової інформації на старшокласників, необхідно дізнатись, яке місце посідає перегляд телепрограм у структурі їх загального вільного часу. З цією метою в анкеті, яку ми запропонували опитуваним, було поставлено запитання: «Чим ти зазвичай займаєшся у вільний час?». Проаналізувавши отримані відповіді, ми дійшли таких висновків: більшість підлітків (40% від загальної кількості опитаних) зазвичай витрачають вільний час на перегляд телевізора; на другому місці серед уподобань підлітків – спілкування з друзями (25 % від загальної кількості опитаних); на третьому місці – «спілкування» з комп'ютером (16%); 7% старшокласників займаються у вільний час спортом, 6% - читають книги; 4% мають інші захоплення: грають на гітарі, пишуть оповідання та ін.; гуртки відвідує лише 2% опитаних.

Отримані результати ми узагальнили у порівняльній таблиці.

Таблиця 2.1

Форми проведення вільного часу старшокласниками (у %)

Форми вільного часу	м. Вінниця	сmt. Калинівка	с. Сосонка
1. Перегляд телевізора	38	41	43
2. Спілкування з друзями	20	26	31
3. За комп'ютером	24	15	9
4. Заняття спортом	8	6	6
5. Читання книжок	5	6	6
6. Відвідування гуртків	2	2	1
7. Інші захоплення	3	4	4

Таким чином, можна зробити висновок, що більшість старшокласників надає перевагу перегляду телевізора у вільний час. Спілкування з друзями також посідає важливе місце у розподілі вільного часу. Значна частина старшокласників проводить вільний час за комп'ютером. У сільській місцевості цей відсоток дещо менший через те, що не всі учні мають можливість придбати власний комп'ютер, а

до комп'ютерних класів у школах доступ обмежений.

Наступне питання анкети дало нам змогу з'ясувати обсяг часу, який витрачається старшокласниками на перегляд телепередач. Вже у сімдесяті роки ХХ ст. у перших соціологічних дослідженнях на цю тему було встановлено, що учні в середньому витрачають на перегляд телепрограм 2-2,5 години на добу.

Наше дослідження підтвердило, що перебування перед телеекраном посідає значне місце у структурі вільного часу сучасних старшокласників: 5% проводять перед телевізором майже весь вільний час, 32% - 2-3 години, 31% - 1-2 години, 19% - близько 1 години, 13% - майже не дивляться телевізор. Отже, більшість учнів переглядає телепередачі у будні протягом 2-3-х годин на добу. Загалом, час, який школярі проводять біля телеекрану, цілком можна співвіднести з часом, який вони витрачають на 4-5 шкільних уроків.

З метою визначення найпопулярніших телепередач серед учнів старших класів їм пропонувалося дати відповідь на питання: «Які телевізійні програми Ви найчастіше дивитеся?».

Уподобання учнів розподілилися таким чином: розважальні програми – 32 %, музичні програми – 26%, спортивні телепрограми – 16 %, художні фільми – 15%, телесеріали – 11 %. Таким чином, для учнів старших класів найважливішими є релаксаційно-розважальна і регулятивно-інтегративна (соціальна інтеграція) функції телебачення, що реалізуються у розважальних, музичних і спортивних програмах, художніх фільмах і телесеріалах. Популярність серіалів і художніх фільмів пояснюється також тим, що вони задають певні стандарти поведінки, зразки для свідомого чи несвідомого наслідування. Нажаль, досить часто телебачення пропонує продукцію низької якості, а еталонами для наслідування стають герої, для яких характерні аморальні вчинки і протиправна поведінка.

Низькою є пізнавальна функція телебачення: лише 20 респондентів дивляться пізнавальні передачі, 15 – новини, документальним фільмам віддають перевагу одинадцять опитуваних.

Доволі популярними, особливо серед дівчат, є реаліті-шоу – 19 дівчат і 4 з опитаних хлопців найчастіше дивляться саме їх.

Лише 10 респондентів відповіли, що дивляться політичні програми.

За даними опитування, найпопулярнішими серед старшокласників є такі жанри художніх фільмів: комедії (78 % опитаних), фільми жахів (56 %), бойовики і пригодницькі фільми (47 %), тріллери (45 %), детективні фільми (27 %), мюзикли (9 %). Мелодрами обирають дівчата (32 %). Викликають стурбованість відповіді 13 учнів, які, відповідаючи на питання анкети, написали, що «дивляться те, що показують». Це свідчить про несформованість смаків і невміння робити власний вибір.

Популярність комедій серед молоді підтверджує висновок, що розважальна функція телебачення є провідною для старшокласників. Важлива, які саме комедійні фільми обирають школярі, адже сьогодні телебачення пропонує велику кількість низькопробних американських молодіжних комедій, в яких жарти найчастіше стосуються сексуальних відносин. Такі фільми негативно впливають на формування моральної свідомості підростаючого покоління.

Психологи намагаються знайти пояснення популярності серед старших підлітків фільмів жахів. Досить часто такі фільми діти переглядають невеликою компанією, це стає свого роду груповим ритуалом. Не боятись нічого – одна із якостей, що особливо цінуються підлітками. Переглядаючи криваві і жахливі сцени на телеекрані, вони тим самим намагаються довести свою мужність і відповідність груповим очікуванням. Особливо значущими у цьому аспекті фільми жахів є для тих дітей, які відчують себе неповноцінними порівняно з однолітками у фізичному, соціальному чи навчальному плані. Фільм жахів, який вони можуть спокійно обговорювати з ровесниками, дає їм можливість цілком відповідати ідеалу компанії і таким чином досягти визнання.

Перегляд фільмів жахів і бойовиків розглядається психологами також як засіб подолання підліткових страхів. Прагнення до самостійності і незалежності від батьків часто набуває характеру бунту проти усього і всіх. Тому фільми жахів і насилля являють собою певний елемент контркультури, яку підлітки старанно оберігають від втручання дорослих.

У деяких випадках непереборне прагнення молоді до відчуття страху, сприйняття безглуздої жорстокості зумовлене близькістю таких фільмів до

пережитих колись травм і пов'язаних з цим бажань помсти і розплати. Ці відчуття можуть бути однаково значущими як для хлопців, так і для дівчат, що захоплюються насиллям і жахами у відеофільмах.

Таким чином, існує низка причин, що спонукають старшокласників звертатись до перегляду фільмів з елементами насильства.

Анкетування засвідчило також, що досить популярними серед старшокласників є розважальні програми. Їх дивляться 32% опитаних нами школярів. Телебачення сьогодні пропонує велику кількість розважальних програм, різних за змістом.

25 респондентів (як хлопці, так і дівчата) назвали своєю улюбленою телевізійною розважальною програмою «Камеді клуб». Серед дівчат також доволі популярною є телепрограма «Танці з зірками», 8 дівчат назвали її найулюбленішою. Реаліті-шоу «Дом 2» також має своїх прихильників серед дівчат – 10 опитаних обрали цю телепрограму. Серед розважальних програм також були названі КВК, «Вечірній квартал», «Тачку на прокачку», «Володар гори», «Шанс», «Гутен Морген», «Все для тебе». Розважальні програми займають доволі значну частину загального обсягу телетрансляцій і є досить популярними серед глядачів, адже дають змогу весело і цікаво провести час.

Пізнавальна функція телебачення реалізується за допомогою науково-пізнавальних телепрограм. Такі передачі дають можливість дізнатися нове та цікаве, спрямовують старшокласників на здобуття нових знань, формують прагнення відкривати невідоме. 7 респондентів назвали своєю улюбленою пізнавальною передачею «Найрозумніший». Це одна з не багатьох телепрограм, спрямованих саме на учнівську аудиторію. Побудована в формі змагання учасників, вона дає можливість глядачам пройти разом з ними шлях від початку змагань до фіналу, перевірити свої знання та здобути нові.

Кабельне телебачення дає можливість дивитися цікаві пізнавальні передачі. 17 старшокласників з Вінниці, що мають доступ до кабельного телебачення, люблять дивитись канал Discovery. Також були названі передачі ВВС, науково-популярні програми, присвячені природі: «У світі тварин», «У світі природи», «Руйнівники міфів», «Що? Де? Коли?», «Паралельний світ», «Документальні кадри».

Побувати в інших країнах, побачити незвичайні пам'ятки архітектури та культури, відкрити світ допомагає телепередача «Навколо світу». Серед опитаних виявилось 12 її прихильників. Таким чином, старшокласники прагнуть сприймати нову інформацію, але для них велике значення має форма подання матеріалу. Це можуть бути інтелектуальні змагання («Найрозумніший», «Що? Де? Коли?»), пізнавальні фільми (Discovery та BBC), подорожі до інших країн («Навколо світу»), наочні експерименти («Руйнівники міфів»), програми-дослідження («Паралельний світ»).

Існує думка, що телевізор відбирає у старшокласника час, який той міг би використати з більшою користю для себе. Для того, щоб з'ясувати, чому віддають перевагу школярі - перегляду телевізора чи прогулянкам з друзями - ми запропонували їм визначити власні дії в такій уявній ситуації: «По телевізору починається твоя улюблена передача. В цей час до тебе заходять друзі і пропонують піти з ними на прогулянку. Якими будуть твої дії?». 44 респонденти (62%) відповіли: «залишу друзів у себе і ми разом подивимось телевізор». 16 опитаних відповіли, що відмовляться від прогулянки. Звичайно, позиції можуть бути різними і в кожного підлітка можуть бути власні причини для того чи іншого вибору, але якщо перегляд телевізора домінує над іншими видами діяльності, зокрема спілкуванням, це може свідчити про проблеми у стосунках з людьми.

Загалом, отримані результати свідчать, що телебачення відіграє важливу роль в житті старшокласників. Надмірне захоплення віртуальною реальністю може зашкодити їх соціалізації, формуванню комунікативних умінь і особистісних якостей, необхідних у подальшому житті.

Занепокоєння викликає ще один аспект перегляду учнями телевізійних програм. У багатьох передачах, які обираються старшокласниками для перегляду, утверджується пріоритет споживацьких відносин між людьми, культ грошей, активно втілюється у життя формула: мета виправдовує засоби. Підтвердження цього ми знаходимо в різноманітних ігрових і реаліті-шоу, які популярні серед школярів («Дом-2», «Останній герой»), кінофільмах («Пограбування по-італійськи», «Нестерпна жорстокість», «11 друзів Оушена» і т.д.).

Вплив засобів масової інформації не можна розцінювати однозначно, але перш

за все необхідно звертати увагу на ті негативні ефекти, які можуть спричинювати ЗМІ в особистісному розвитку дітей.

Розглядаючи розвиток критичного мислення як одну з реальних можливостей підвищення культури перегляду школярами телевізійних передач, ми поставили перед собою завдання, з'ясувати рівень сформованості цієї важливої якості у старшокласників. Для цього була використана методика опитування із застосуванням помилкових тез. Учням пропонувалося дати аргументовану оцінку суджень, які характеризують етичний зміст продукції засобів масової інформації: у всіх країнах світу медіа пропонують новини й інформацію з одними і тими ж етичними оцінками; етика різних категорій людей (пенсіонерів, урядовців, учнів, учителів тощо) завжди точно і всебічно відображається телебаченням; кожен випуск теленовин викликає однакові етичні реакції у всієї аудиторії; насильство в музичних кліпах, телепередачах, відеоіграх і кіно не викликає етичних і соціальних проблем; екстремальне насильство, яке показують у теленовинах, не порушує морального комфорту аудиторії; реклама сигарет і спиртних напоїв закликає нас до моральної відповідальності за зроблений вибір; здоров'я, соціальні і етичні проблеми не пов'язані з вживанням сигарет і алкогольних напоїв; телепрограми лише розважають і не впливають на мораль аудиторії.

Всього в опитуванні взяли участь 58 учнів 10-11 класів ЗОШ №32 м. Вінниці. На основі аналізу й узагальнення отриманих результатів ми визначили три рівні сформованості критичного мислення старшокласників: високий, середній і низький. Високий рівень виявили лише 8% опитаних. Характерним для нього є: уміння критично оцінювати продукцію засобів масової інформації; аналіз форми телепередачі; аргументована згода чи незгода з авторською позицією, представленою у програмі; критична оцінка моральної, естетичної, соціальної значущості телепередачі; уміння співвіднести емоційне сприйняття з раціональним аналізом змісту телепрограми, оцінити її на основі власного досвіду чи досвіду інших людей.

Середній рівень розвитку критичного мислення, за даними нашого дослідження, мають 24% респондентів. Він передбачає: оцінювання окремих аспектів телепрограм; уміння дати характеристику вчинків і психологічного стану

персонажів телепрограм на побутовому рівні; здатність пояснити логіку послідовності подій у сюжеті; відсутність інтерпретації авторської позиції.

Низький рівень розвитку критичного мислення характерний для більшості учнів старших класів (68 %). Його ознаками є: невміння критично оцінювати роль ЗМІ в суспільстві; нестійкість, плутаність думок, невпевненість; конформність, схильність піддаватися зовнішньому впливу; відсутність (або примітивність) інтерпретації позиції героїв і авторів телепередач.

Загалом, отримані результати свідчать про низький рівень розвитку критичного мислення у значної частини старшокласників, що вимагає розробки спеціальних методів і прийомів, спрямованих на формування в учнів здатності до критичного аналізу продукції ЗМІ.

2.2. Медіаорієнтована модель формування критичного мислення у старшокласників

На основі аналізу психолого-педагогічної літератури ми розробили медіаорієнтовану модель розвитку критичного мислення старшокласників, яка базується на таких загальнопедагогічних принципах, як опора на позитивне в особистості, врахування вікових особливостей дітей, системність і наступність, поєднання теорії з реальним досвідом, самореалізація особистості у творчій діяльності, діалогічність, створення атмосфери співпраці. Принцип поєднання теорії з реальним досвідом забезпечується структурою занять, в процесі яких учні отримують нову інформацію і вчаться застосовувати її в повсякденному житті. Принцип самореалізації особистості у творчій діяльності реалізується у багатьох цікавих завданнях, для вирішення яких необхідний творчий підхід. Принцип діалогічності передбачає, що духовно-ціннісна орієнтація людини і її розвиток відбувається в процесі такої взаємодії вихователів і вихованців, змістом якої є обмін цінностями (інтелектуальними, моральними, соціальними), а також спільне продукування цінностей. Цей принцип реалізується за умов взаємної щирості, поваги і прийняття. Створення атмосфери співпраці як передумови конструктивної взаємодії учнів сприяє дружнім відносинам у класі, взаємній підтримці і повазі, формуванню вмінь дослухатися до думки інших людей і відстоювати свою позицію.

Розроблена з урахуванням зазначених принципів медіаорієнтована модель розвитку критичного мислення учнів складається з трьох компонентів: діагностичного, операційно-дійового і результативного (див. рис. 2.1). Діагностичний компонент передбачає констатацію рівня розвитку критичного мислення старшокласників стосовно продукції ЗМІ. Операційно-дійовий компонент містить теоретичну складову (знайомство старшокласників з особливостями різних ЗМІ, видами і жанрами програм, соціально-психологічними механізмами впливу ЗМІ на соціум) і практичну складову (креативна діяльність на матеріалі медіа, формування в учнів умінь створювати медіатексти різних видів і жанрів; розвиток умінь критично сприймати й аналізувати впливи різних ЗМІ). Результативний компонент передбачає підсумкове анкетування, тестування і аналіз творчих робіт учнів, констатацію рівнів розвитку їх критичного мислення.

Розроблена модель протягом 2012 р. впроваджувалась у ЗОШ I-III ступенів №11 м. Вінниці. У дослідженні взяли участь 26 учнів, робота з якими розпочалась у 10 класі. Формування критичного мислення здійснювалося за такими етапами: 1) формування в учнів інтересу до функціонування засобів масової інформації в соціумі та телепрограм різних видів і жанрів; 2) формування в учнів первинних знань про процес критичного мислення; 3) постановка питань і з'ясування проблем (соціальних, культурологічних, етичних, естетичних), пов'язаних з функціонуванням ЗМІ; 4) ознайомлення учнів з основними способами маніпулятивного впливу ЗМІ; 5) виявлення і демонстрація соціально-психологічних механізмів маніпулятивного впливу ЗМІ; 6) дискусійне обговорення, аналіз аргументів і контраргументів щодо функціонування в соціумі засобів масової інформації; 7) формулювання оцінних суджень стосовно впливу різних засобів масової інформації на суспільство.

На заняттях учням пропонувалось розглянути різні судження, подивитись на проблему під іншим кутом зору, що створювало умови для вироблення власного судження, точки зору на проблему, рішення та висновку. Ми використовували різні види парної та групової роботи, включаючи проведення дебатів і дискусій, приділяли значну увагу розвитку якостей, необхідних для продуктивного обміну думками: толерантності, уміння чути інших, відповідальності за власну точку зору.

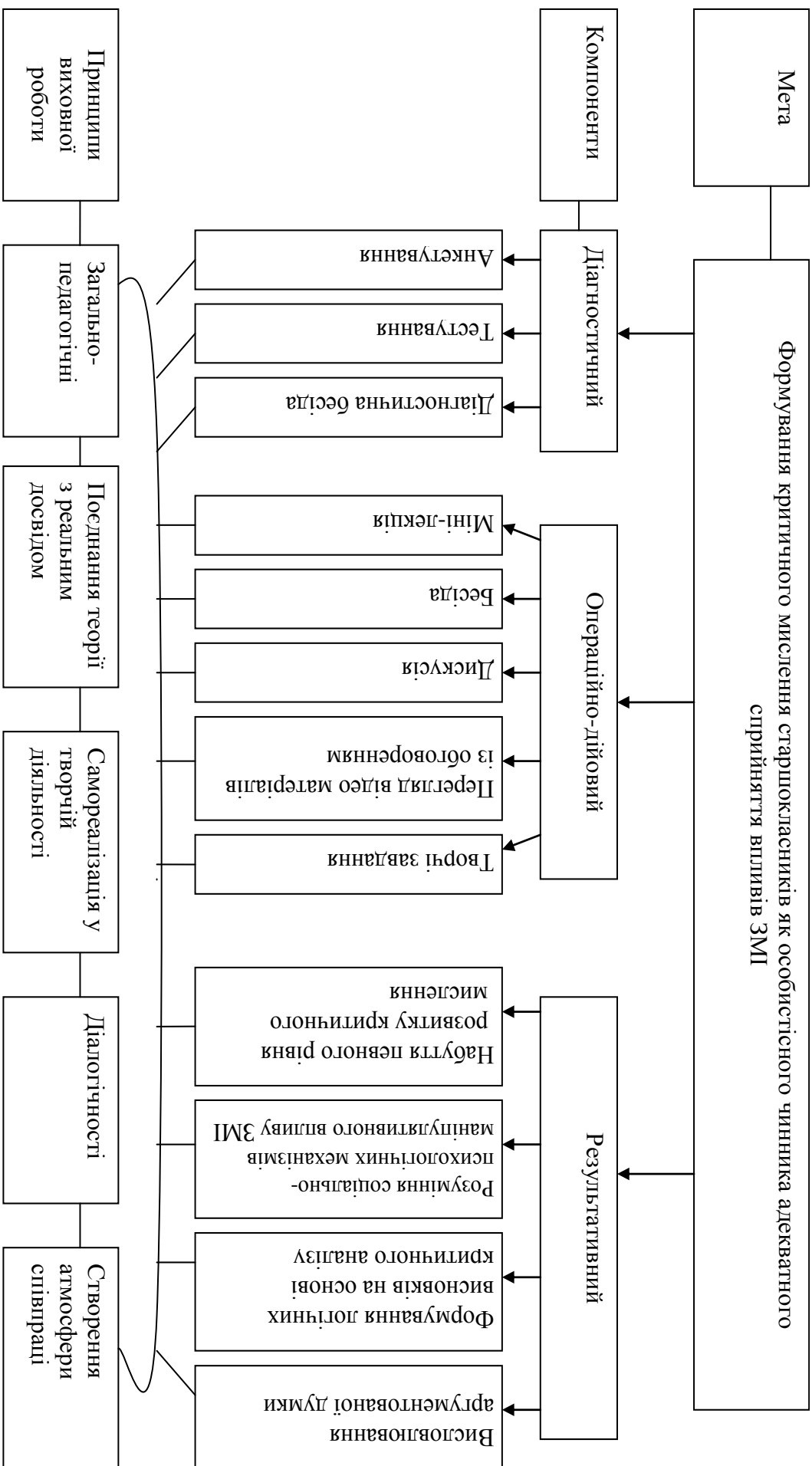


Рис. 1. Медіаорієнтована модель формування критичного мислення старшокласників

В основу побудови занять з розвитку критичного мислення учнів старших класів була покладена технологія, розроблена в середині 90-х років ХХ сторіччя американським педагогом М. Ліпменом. Вона передбачає реалізацію трьох стадій: стадії виклику, стадії осмислення, стадії рефлексії [21, с. 67]. Перша стадія – виклик. Цей етап необхідний на кожному занятті. Під час нього відбувається актуалізація і узагальнення знань, які мають учні; формується інтерес до нової інформації, мотивація до діяльності. Важливо спонукати учнів до активної роботи не тільки на занятті, але і вдома. Як виклик може бути використане пізнавальне завдання, неоднозначна цитата, звернення до життєвого досвіду учнів, складання кластера (комплексу відповідей на питання «Що вам відомо про?»)). Результатами цього етапу є актуалізований досвід, актуалізоване знання, сформований мотив.

Друга стадія – осмислення. Вона дає можливість учням отримати нову інформацію і засвоїти різноманітні способи роботи з нею, обміркувати нові відомості, співвіднести їх з власним досвідом. На цьому етапі актуальні такі прийоми, як таблиця аргументів, виділення ключових слів, сюжетна таблиця. Результати: закріплення цілей, що були заявлені на стадії виклику.

Третя стадія – рефлексія. Тут основним є цілісне осмислення, узагальнення отриманої інформації, засвоєння нових знань, формування в учнів власного ставлення до матеріалу. На цьому етапі використовуються такі прийоми, як дебати, створення власного продукту, сінквейн – творча форма рефлексії, яка сприяє виробленню вміння резюмувати інформацію, відображати складні ідеї, почуття і уявлення в коротких висловлюваннях.

Під час занять з учнями перевага надавалась практичним, ігровим, творчим, проблемним завданням, дискусіям, рольовим іграм, проектам, які суттєво підвищували зацікавленість і пізнавальну активність аудиторії. Для ілюстрації наведемо приклади завдань, що пропонувалися учням:

- скласти монологи типових героїв комедії, трагедії, мелодрами, детективу, вестерну, в яких розглядаються етичні проблеми;

- придумати характер нового телевізійного персонажа і моральні випробування, з якими цей персонаж повинен зіткнутися;

– підготувати малюнки, в яких зображалися б моральні конфлікти персонажів телесеріалів;

– створити серію малюнків, в яких відображалися б реакції представників різних вікових, соціальних груп на проблеми моралі, що розглядаються в телепередачах;

– проаналізувати стереотипні моделі зображення персонажів з етичними вадами з погляду пластики, міміки, жестів;

– описати і проаналізувати основні моральні якості персонажів телепрограм.

Досить ефективними були заняття, що проводилися у формі дискусійного обговорення морально-етичних проблем, які стосуються функціонування засобів масової інформації:

– Чи можуть телепрограми сприяти поширенню насильства в суспільстві?

– Чи можете ви визначити моральні цінності, яких дотримуються автори конкретних телепрограм?

– Чи можете ви назвати жанри фільмів, де найчастіше зустрічаються персонажі з агресивною поведінкою, аморальними вчинками?

– Які етичні проблеми відображені в даній телепередачі? Чи притаманні її героям ознаки девіантної поведінки?

– Які етичні цінності, на ваш погляд, мають лежати в основі створення телепрограм?

Особлива увага надавалась ознайомленню учнів з основними прийомами маніпулятивного впливу ЗМІ на аудиторію: «оркестровка», «селекція», «наведення рум'ян», «навішування ярликів», «трансфер», «гра в протонародність» тощо.

Під час аналізу матеріалів засобів масової інформації нами використовувались різні методичні *прийоми*: «просіювання» інформації – аргументоване виділення істинного і помилкового в матеріалах програм; зняття з інформації ореолу «типовості», «протонародності», «авторитетності»; критичний аналіз цілей і інтересів джерела інформації.

2.3. Аналіз результатів формувального експерименту

Для виявлення динаміки розвитку критичного мислення в учнів експериментального і контрольного класів ми провели два зрізи: на початку і наприкінці експерименту (див. рис. 2.2, 2.3).

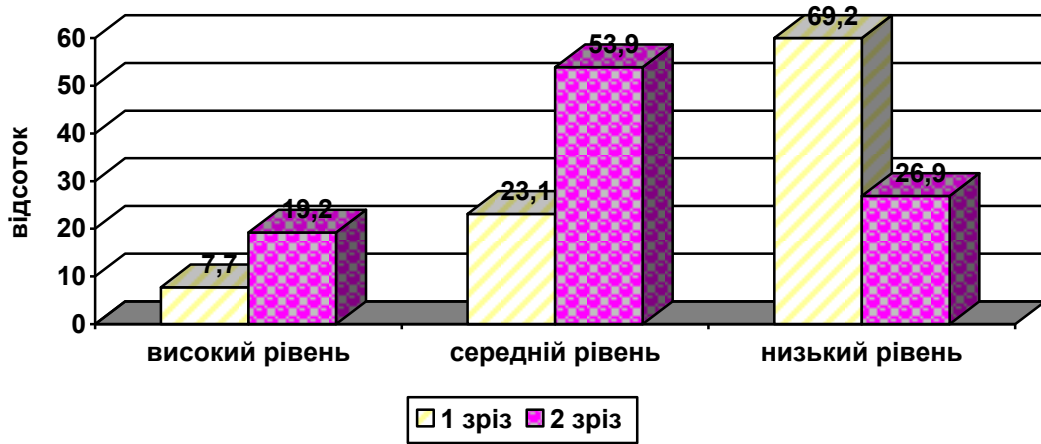


Рис.2.2. Динаміка рівнів критичного мислення в учнів експериментального класу (n=26).

В експериментальному класі суттєво зменшилась кількість учнів з низьким рівнем критичного мислення (з 69,2% до 26,9%), водночас зросла кількість школярів з середнім (з 23,1% до 53,9%) і високим (з 7,7% до 19,2%) рівнями критичного мислення.

Порівняно з експериментальним, у контрольному класі не відбулося суттєвих змін у розвитку критичного мислення учнів.

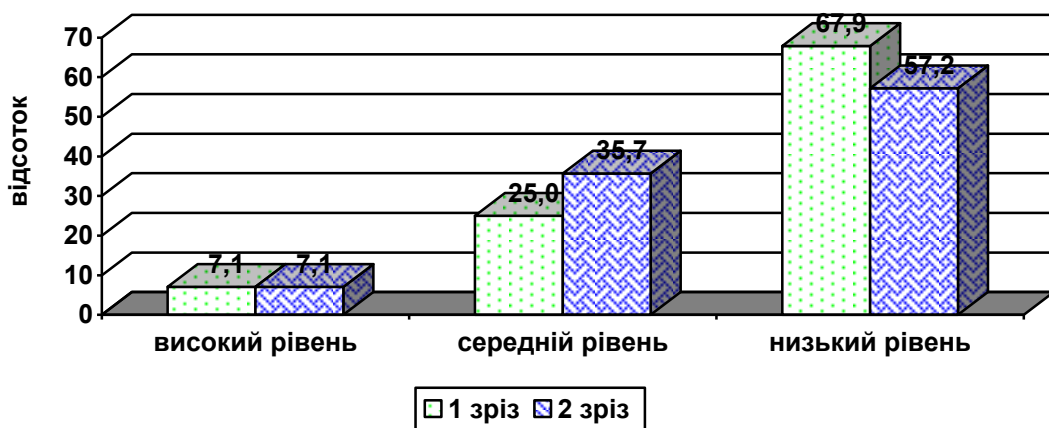


Рис. 2.3. Динаміка рівнів критичного мислення в учнів контрольного класу (n=28).

Для визначення статистичної достовірності відмінностей між рівнями розвитку критичного мислення в учнів контрольного і експериментального класів нами використовувався непараметричний критерій Вілкоксона. З його допомогою було

встановлено, що позитивна динаміка рівнів критичного мислення учнів експериментального класу має статистично достовірний характер ($\alpha=0,05$). У контрольному класі за час проведення експерименту теж сталися певні зрушення у розвитку критичного мислення, проте вони не досягають рівня статистичної значущості. Це дає підстави зробити висновок про ефективність розробленої нами медіаорієнтованої моделі розвитку критичного мислення старшокласників.

ВИСНОВКИ

1. Внаслідок проведеного дослідження виявлено, що засоби масової інформації справляють неоднозначний, у тому числі негативний вплив на свідомість сучасних старшокласників, які часто некритично наслідують цінності і зразки поведінки, що демонструються з телеекрану. З'ясовано, зокрема, що відносно значній частині старшокласників властиві орієнтації на культ сили, агресивні форми самоутвердження, багатство як єдиний критерій життєвого успіху.

2. Визначено рівні (психофізіологічний, соціально-психологічний, інформаційний, естетичний) і основні чинники маніпулятивного впливу ЗМІ на аудиторію: постійність метафор; орієнтація на послідовне втілення стійких сюжетних схем; синтез природного і надприродного; стандартизація ідей, ситуацій, характерів; щасливий фінал; «чарівна сила» героїв; інтуїтивне вгадування підсвідомих інтересів аудиторії.

3. У ході дослідження доведено, що зменшення негативного впливу засобів масової інформації на соціалізацію старшокласників можливе за умови розвитку в останніх критичного мислення. На основі вивчення і узагальнення психолого-педагогічної літератури запропоновано робоче визначення критичного мислення як рефлексивного процесу, що полягає в сприйнятті, логічному аналізі й оцінці достовірності інформації.

4. Визначено три рівні та відповідні їм показники сформованості критичного мислення у старшокласників: *високий рівень* (уміння критично аналізувати функціонування засобів масової інформації в соціумі; здатність до аналізу форми телепередачі; аргументована згода чи незгода з авторською позицією; критична оцінка моральної, естетичної, соціальної значущості телепередач; уміння

співвідносити емоційне сприйняття з раціональним аналізом змісту телепрограм); *середній рівень* (розуміння окремих аспектів функціонування засобів масової інформації в соціумі; уміння дати характеристику вчинків і психологічного стану персонажів телепрограм на побутовому рівні; здатність пояснити логіку послідовності подій у сюжеті; відсутність інтерпретації авторської позиції); *низький рівень* (невміння критично аналізувати функціонування засобів масової інформації в суспільстві; нестійкість, плутаність думок, невпевненість; схильність піддаватися зовнішньому впливу; відсутність або примітивність інтерпретації позиції героїв і авторів телепередач). На констатувальному етапі дослідження з'ясовано, що високий рівень критичного мислення у сприйнятті ЗМІ властивий 8% , середній – 24%, низький – 68% опитаних старшокласників.

5. Експериментально доведено, що розвитку критичного мислення старшокласників може сприяти впровадження розробленої нами медіаорієнтованої педагогічної моделі, яка містить діагностичний, операційно-дійовий і результативний компоненти. Результати дослідної роботи свідчать, що найбільш ефективними щодо розвитку критичного мислення учнів є прийоми «просіювання» інформації (аргументоване виділення істинного і помилкового в матеріалах засобів масової інформації); зняття з інформації ореолу «типовості», «простонародності», «авторитетності»; критичний аналіз цілей і інтересів джерела інформації.

Проведене нами дослідження не претендує на повноту висвітлення проблеми впливу засобів масової інформації на соціалізацію сучасної молоді. Подальшого вивчення потребують такі питання, як: вікові особливості сприйняття учнями програм засобів масової інформації; формування у дітей різного віку здатності опиратися маніпулятивним впливам засобів масової інформації; корекція морально-етичних уявлень і зразків поведінки, некритично засвоєних молоддю під впливом засобів масової інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ануфрієва О. Тенденції взаємодії засобів масової інформації з молодіжною аудиторією / О. Ануфрієва // Соціальна психологія. – 2005. – №6. – С. 111-119.
2. Баженова Л.М. Возрастная типология телевизионных ориентаций школьников /

- Л.М.Баженова, В.С.Собкин, А.В.Шариков // Телевидение и школа.– М., 1989.– С. 6-37.
3. Балла О. Человек Возможный / О.Балла // Первое сентября.– 2002.– № 20.– С.5
 4. Бугера О.І. Проблеми використання засобів масової інформації для запобігання злочинів серед неповнолітніх: автореферат дис... канд. юридичних наук: 12.00.08 / О.І. Бугера. – К., 2006. – 14 с.
 5. Брюшинкин В.Н. Критическое мышление и аргументация // Критическое мышление, логика, аргументация / Под ред. В.Н. Брюшинкина, В.И. Маркина. – Калининград, 2003. – С. 29-34.
 6. Волянська О. Роль засобів масової інформації в соціалізації агресії / О.Волянська, В.Пилипенко, О.Сапелкіна // Персонал.– 2004.– № 7. – С. 88-91.
 7. Гоне Ж. Освіта і засоби масової інформації / Ж.Гоне. – К., 2002. – 100 с.
 8. Гриценко А.В. Влияние сцен насилия, демонстрируемых на телевизионных экранах, на поведение детей в реальной жизни / А.В.Гриценко // Педагогика. - 2004. - №5. – С. 38-42.
 9. Журин А.А. Информационная безопасность как педагогическая проблема / А.А.Журин // Педагогика.– 2001.– № 4.– С. 48-55.
 10. Засоби масової інформації: поняттєвий апарат / За ред. А.З. Москаленка.– К., 1997. – 284 с.
 11. Засурский Я.Н. Средства массовой информации постсоветской России / Я.Н.Засурский, Е.Л.Вартанова, И.И.Засурский и др. – М., 2002. – 220 с.
 12. Иванова Л.А. Роль средств массовой коммуникации в воспитании подрастающего поколения /Л.А. Иванова // Вопросы педагогического образования. – Иркутск: ИПКРО, 2005. Вып.16. – С. 251-259.
 13. Клустер Д. Что такое критическое мышление? // Критическое мышление и новые виды грамотности. – М.: ЦГЛ, 2005. – С.5-13.
 14. Ліщинська О. Модель здорової соціальної взаємодії в інформаційному просторі / О.Ліщинська // Соціальна психологія. – 2005.– № 6. – С. 105 – 109
 15. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации: теория и практика / Л. Мастерман // Перспективы. Вопросы образования. – 1984.– № 2.– С.37-48.
 16. Снігульська В. Телебачення – інформаційний помічник чи джерело агресії / В.

Снігульська // Соціальний педагог. – 2007. – № 9. – С. 50-53.

17. Телевидение и школа: опыт социокультурного и психолого-педагогического анализа /Под ред. В.С.Собкина. – М., 1989.– 176 с.

18. Федоров А.В. Специфика медиаобразования студентов педагогических вузов / А.В.Федоров // Педагогика. – 2004.– №4.– С. 43-51.

19. Buckingham D. The Making of Citizens. – London-New York, 2000. – 235 p.

20. Johnson J.H. Some Observations about Teaching Critical Thinking. CT News. Critical Thinking Project. – California State University, Sacramento. – 1985. – Vol. 4, №1. – P. 3-16.

21. Lipman M. Thinking Children and Education.– Montclair State College, 1993.– 432 p.

22. Paul R.W. Critical Thinking: What Every Person Needs to Survive in a Rapidly Changing World. Rohnert Park, CA: Center for Critical Thinking and Moral Critique. – Sonoma State University, 1990. – 348 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Конспект заняття з учнями 10-го класу ЗОШ №11

Тема: «Засоби масової інформації: між владою і громадянським суспільством»

Мета: надати учням інформацію з теми; поглибити розуміння понять «критичне мислення», «маніпулювання»; сформувати вміння чітко і обгрунтовано висловлювати власну думку, вести конструктивний діалог; виховувати в старшокласників активну громадянську позицію.

Преса корисна вже тому, що вчить нас не довіряти пресі.

Семюел Батлер.

1 етап. Виклик. Постановка проблеми.

Творче завдання. Групам учнів пропонується уявити себе рекламними агенціями. Вони повинні створити невеликі рекламні ролики на підтримку кандидата на виборах.

Після того, як всі групи представили свої виступи, відбувається обговорення поданої інформації за такими питаннями:

- Чи були представлені тільки правдиві факти?
- Чи прозвучало щось, що викликало у вас недовіру?
- Ви отримали позитивну чи негативну інформацію про кандидата?

Робиться висновок про те, що у рекламних роликах висвітлюється лише позитивне і приховується негативна або сумнівна інформація.

2 етап. Робота з поняттями.

Робота з поняттями: засоби масової інформації (ЗМІ), інформація, маніпулювання, критичне мислення, влада, громадянське суспільство, «четверта влада».

Етапи цієї роботи: спільне обговорення, робота зі словниками.

Засоби масової інформації (ЗМІ) – методи і установи, за посередництва яких передається і розподіляється інформація та інші форми символічної комунікації серед широкої, різномірної і географічно віддаленої аудиторії.

Інформація – відомості, що передаються одними людьми іншим в процесі міжособистісної комунікації або поширюються каналами спеціальної або масової комунікації з метою створення або зміни соціальних уявлень, орієнтації людей у подіях і явищах навколишнього світу.

Критичне мислення - послідовність розумових дій, спрямованих на перевірку суджень або систем суджень з метою з'ясування їх відповідності фактам, нормам або цінностям.

Маніпулювання – розповсюдження інформації з метою впливу на слухача і досягнення бажаного результату.

Влада – здатність і можливість впливати на діяльність, поведінку людей за допомогою будь-яких засобів: волі, авторитету, права, насилля.

Громадянське суспільство – сфера абсолютної свободи людей у відносинах один з одним; виступає у вигляді соціального, економічного, культурного простору, в якому взаємодіють вільні індивіди, що реалізують власні інтереси і роблять індивідуальний вибір.

Робота в творчих групах:

Перша група. Завдання: довести існування в нашому суспільстві «четвертої влади».

Друга група. Завдання: навести ознаки «четвертої влади».

Третя група. Завдання: провести експрес-діагностику «Наше ставлення до ЗМІ як до четвертої влади».

3 етап. Вивчення основної проблеми, формування особистісної позиції.

1. *Заповнення таблиці.* Учні наводять аргументи щодо позитивних і негативних моментів у діяльності ЗМІ.

В результаті таблиця може бути заповнена таким чином:

Позитивне	Негативне
1. Корисна, об'єктивна інформація.	1. Неповну і викривлена інформація.
2. Показ високоморальних вчинків.	2. Пропаганда жорстокості і насильства.
3. Всебічний розвиток особистості.	3. Непереверені факти, суб'єктивне висвітлення подій.

4. Формування допитливості, орієнтування в інформаційному світі.	4. Втручання в особисте життя відомих людей, відсутність «закритих тем» для дітей, девальвація моралі і культури.
5. Формування суспільної думки.	5. Маніпулювання суспільною думкою.
6. Культурне дозвілля.	6. Шкода здоров'ю.

Після обговорення учні роблять висновки і записують їх на дошці.

Висновок: Вплив ЗМІ неоднозначний. Відмовитися від ЗМІ сучасна людина не може. Вихід – критичне осмислення інформації.

2. *Обговорення питання:* Чи повинна існувати цензура, обмеження для ЗМІ?

Розгляд документів: Декларація прав людини, Конституція України.

Пошук відповідей на питання:

- Яким чином міжнародне і українське законодавство регулює питання інформації і діяльності ЗМІ?
- У чому полягає відповідальність ЗМІ?
- Як співвідноситься свобода слова в ефірі з дотриманням морально-етичних норм?

3. *Групова творча робота.* Групи учнів готують питання до актуального інтерв'ю. Після виконання роботи групи демонструють результат, пояснюючи вибір матеріалу та інформації. Визначення кращої роботи за критеріями: зміст, професіоналізм, естетичність, відповідність обраному напрямку.

4. *Обговорення питань:* Кому «служать» ЗМІ? Чи повинні вони комусь підкорюватися? Чиї інтереси вони повинні представляти? Яку позицію повинен мати журналіст?

4 етап. Заключна дискусія

Питання:

- Якими, на ваш погляд, повинні бути відносини між владою і ЗМІ?
- У чому проявляється свобода, вибір і відповідальність у взаємовідносинах особистості, суспільства і ЗМІ?
- Чи змінилось ваше ставлення до ЗМІ після цього заняття? Якщо змінилось,

то як?

Висновок: Роль ЗМІ у сучасному суспільстві складна і відповідальна. Вони стоять на сторожі інтересів демократичного суспільства; надають громадянам інформацію, необхідну їм для того, щоб самостійно скласти думку про події і факти. Вільні ЗМІ – суттєва частина демократичного суспільства. Але при цьому засоби масової інформації не повинні порушувати права людини і моральні норми суспільства.