



Е.М. Талалаева

РОЛЬ ШКОЛЬНОЙ ПЕРИОДИКИ В РАЗВИТИИ РАЦИОНАЛЬНО-КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ УЧАЩИХСЯ

Рассматривается проблема развития критического мышления учащихся в отношении различных форм медиаинформации, понимания роли СМИ в обществе, умения правильно оценивать и создавать медиатексты.

Ключевые слова: критическое мышление, информация, медиатекст, детская пресса.



азвитию критического мышления придаётся сейчас довольно большое значение. И чаще всего именно педагогам в силу их профессиональной деятельности приходится проводить работу по формированию и развитию у учащихся критического отношения к различным медиатекстам, включая рекламные сообщения.

«Критическое мышление по отношению к системе медиа и медиатекстам, - пишет А.Фёдоров, - сложный рефлексивный процесс мышления, который включает ассоциативное восприятие, синтез, анализ и оценку механизмов функционирования медиа в социуме и поступающих к человеку через средства массовой коммуникации медиатекстов (информации/сообщений). Развитие критического мышления – не итоговая цель медиаобразования, а его постоянный компонент [Фёдоров 2007, с. 42]. При этом читатель (зритель, слушатель) должен быть не пассивным потребителем медиапродукции, а активно воспринимать и оценивать ту информацию, которую он получает с помощью средств массовой коммуникации. К сожалению, регулярная медиаобразовательная работа, предполагающая развитие у юной аудитории критического мышления, понимания роли СМИ в обществе, умения

правильно интерпретировать, оценивать и создавать медиатексты, проводится не во всех учебных заведениях и даже не во всех регионах. Изучение нескольких десятков самостоятельных школьных газет, издающихся в разных регионах («Шум», шк. №50, г.Львов; «Диалог», лиц. № 44 г.Липецк; «Эрудит», шк. № 297, г.Пушкин; «Тин-Таун», шк. № 358, «Роза ветров», шк. №408, «Три этажа», шк. № 409, «Пятый этаж», шк. № 464 г. Санкт-Петербург; «Гранки», г. Барнаул; «Провода», г.Калининград; «Горностай», гимн. № 6, г.Новосибирск; «Слово лица», лиц. № 3, г.Чебоксары; «Юнита», шк. № 21, г. Старый Окол и др.), показало: потребность в критическом осмыслении медиатекстов у детей есть, но выражается она в основном в виде высказывания мнений юных авторов о тех или иных публикациях, кинофильмах, телепередачах.

На наш взгляд, потребность детской критической рефлексии в отношении СМИ обусловлена несколькими причинами. Во-первых, школьники не остаются равнодушными к качеству и содержанию медиатекстов (печатных и аудиовизуальных). Общение со СМИ составляет существенную сторону жизни современного человека, и дети – не исключение. Во-вторых, у детей есть потребность поделиться своим мнением со сверстниками и старшими товарищами (учителями, родителями и т.д.). В-третьих, вполне резонно использовать для этого издаваемые в учебных заведениях или учреждениях дополнительного образования газеты (журналы, альманахи и т.д.).

Самостоятельная детская пресса ценна именно тем, что на её страницах высказать своё мнение (а любая оценка – это всегда мнение, но аргументированное и обоснованное) могут все желающие – в форме заметок, писем в редакцию, участия в форуме Интернет-сайта газеты или учебного заведения. Официальные издания для детей не имеют такой непосредственной и тесной связи с юными читателями и авторами, к тому же в таких изданиях существуют определённые требования к качеству публикуемых материалов. В самостоятельных изданиях требования к текстам не столь жёсткие, что двояко отражается на содержании: с одной стороны, это снимает ограничения при приёме материалов к публикации, с другой стороны, - сказывается на качестве издания. А ведь уровень, популярность газеты или журнала зависит именно от качества, а не от региона распространения или тиража. Теоретически даже в самой маленькой сельской школе может издаваться умная, интересная читабельная газета, пусть даже тиражом в 10 экземпляров. Но при одном условии: если в этом учебном заведении найдётся педагог, который сможет организовать выпуск издания, научит детей собирать, обрабатывать, интерпретировать, интересно и грамотно излагать полученную информацию, а также критически относиться к сообщениям СМИ.

Однако, судя по тому, что большинство ученических изданий ограничивают свою содержательно-тематическую модель исключительно информацией о школьных событиях, учениках и работниках учебного заведения, стремление выразить себя, свои мысли и эмоции через критические заметки присуще не всем. Вполне возможно, что тематику номеров регулирует педагог, курирующий выпуск газеты, считающий, что школьная пресса должна писать исключительно о школе.

Больше тематической свободы у тех изданий, где роль педагога сводится к консультированию и общему руководству самим процессом выпуска издания. Но и отсутствие своего рода цензуры со стороны учителей может привести к крайностям: либо издание будет во всех отношениях безграмотным (с точки зрения стилистики, орфографии и пунктуации, жанрового разнообразия, дизайна, журналистской этики), либо просто неинтересным. А может, и то, и другое. Поэтому, на наш взгляд, помощь и консультации грамотного педагога (а ещё лучше – медиапедагога) могут и должны стать залогом качества ученического издания.

Мы проанализировали содержание отдельных номеров более 150 детских (в основном школьных, гимназических, лицейских) газет, доступных в печатном и электронном видах и издаваемых более чем в 20 регионах России. Условно эти самодельные СМИ можно разделить на четыре вида:

1. Газеты, публикующие информацию исключительно о жизни школы, педагогах, учащихся, и т.д.

2. Издания, посвящающие свои страницы материалам определённой тематики (например, экологической, спецвыпуски к праздникам, юбилеям и т.д.);

3. Издания, публикующие помимо заметок о жизни учебного заведения материалы, которые интересны разным группам учащихся (кулинарные рецепты, о любви, спортивные новости, и т.д.).

4. Газеты, на страницах которых публикуются письма читателей, члены редколлегии и читатели имеют возможность высказать своё мнение по тому или иному поводу, включая свою оценку различных медиатекстов, сами юнкоры рассказывают о работе своей редакции, о том, как делается газета (снимается телесюжет).

Анализ детских самодельных изданий показал, что львиная доля школьных газет относится к первой и второй группам. И лишь малая часть издаваемых школьниками газет преследует медиаобразовательные цели и использует на своих страницах элементы медиакритики. В основном это попытки рецензирования фильмов, но встречаются критические отзывы и о телепередачах, публикациях в печатных СМИ.

«Брифинг, саммит, импичмент, мониторинг, инновация... - вы знаете значение всех этих слов? – зато известные телеведущие не умеют грамотно употреблять слова надеть и одеть, положить и класть, неправильно ставят ударение, засоряют речь такими словечками, как «короче», «как бы» и многими, многими другими. А квакающее «вау» просто режет слух. Засилье языка американских фильмов налицо... На экранах телевидения постоянную прописку получил тюремный жаргон, проскакивают и матерные слова. Уместно задаться вопросом, кто же несёт ответственность за соблюдение чистоты русского языка в средствах массовой информации?», - пишет юнкор газеты «Вектор» (гимназия № 4 г.Шебекино Белгородской области) Николай Шевченко («Вектор», 2004, № 4). А вот ещё одна цитата из заметки того же автора: «Сегодня у нас куда не плюнь – всюду патриоты. Взять хотя бы программу «Времена». У ведущего Познера, как говорится, всё схвачено, за всё заплачено. Чувствуется, что сцена-