

Сачкова Ольга Владимировна

педагог-организатор

Касутская Александра Витальевна

педагог дополнительного образования

Филиал ФГКОУ «Нахимовское военно-морское
ордена Почёта училище Министерства обороны РФ»

г. Мурманск, Мурманская область

ВОСПИТЫВАЯ ЗРИТЕЛЯ: ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАГРАМОТНОСТИ У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ ЧЕРЕЗ РАБОТУ С КИНО- И ВИДЕОКОНТЕНТОМ

Аннотация: в статье анализируется роль кино- и видеоконтента в формировании медиаграмотности современной молодежи. Рассматриваются педагогические подходы к воспитанию критического мышления через анализ фильмов, выявление манипуляций и стереотипов, а также развитие навыков интерпретации визуальных сообщений. Предложены практические методики работы с контентом для образовательных учреждений.

Ключевые слова: медиаграмотность, молодежь, кино-контент, видеоконтент, критическое мышление, воспитание зрителя, визуальная грамотность, педагогические методы.

В условиях стремительного развития цифровых технологий и перегрузки информацией современное общество сталкивается с новыми вызовами, требующими переосмысления целей и методов образования. Центральная задача педагогов сегодня – это не просто передача знаний, а формирование у молодого поколения устойчивых навыков, позволяющих адекватно ориентироваться в сложном и противоречивом информационном поле. Одним из наиболее острых явлений, затрагивающих эту проблему, является так называемое «клиповое мышление», которое характеризуется значительным снижением продолжительности

концентрации внимания [6]. Исследования указывают, что среднее время фокусировки внимания человека сократилось до восьми секунд, что негативно сказывается на способности к глубокому анализу, установлению причинно-следственных связей и пониманию сложных концепций [7]. Эта тенденция создает серьезные препятствия для развития аналитических и критических навыков, поскольку воспринимаемая информация часто бывает фрагментарной и поверхностной. Пассивное потребление контента, особенно в форматах коротких видео (в виде коротких фрагментов – «шортсов», «рилсов», постов или минутных историй), становится доминирующей практикой, которая, согласно исследованиям, приводит к снижению удержания материала.

Это подчеркивает острую необходимость перехода от простого показа видео к структурированному педагогическому сопровождению, направленному на развитие рефлексивных механизмов мышления.

Эта проблема усугубляется глобальным явлением, известным как «разрушение правды», которое определяется как наличие четырех взаимосвязанных тенденций: растущее расхождение в том, что считается фактами; размытие границ между фактами и мнениями; растущее влияние мнений, эмоций и информации, основанной на вере, над фактами в общественной жизни; и снижение доверия к ранее авторитетным институтам, предоставляющим факты [5].

В контексте современных социальных сетей и алгоритмов, оптимизированных под максимизацию вовлеченности, эта тенденция достигает своего апогея. Алгоритмы склонны продвигать контент, который вызывает сильные эмоции, будь то радость, гнев или страх, независимо от его достоверности. По опросам, проведенным аналитической компанией «Анкетолог» в 2022 г., 89% аудитории от 22 до 40 лет потребляют информацию из социальных сетей и мессенджеров. В исследовании, проведенном порталом lenta.ru, было отмечено, что 70% фейков распространяется именно в социальных сетях [3].

На этом фоне тревожные данные исследований, демонстрирующие низкий уровень медиаграмотности среди молодежи, приобретают особое значение. Согласно исследованию Стэнфордского университета (2015–2016 года), более 80%

2 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

средних школьников не смогли отличить новостную статью от рекламы, а почти 70% студентов колледжей не могли объяснить, как политические интересы влияют на содержание, показываемое им в социальных сетях. С 2019 года положение дел даже ухудшилось – найти справочную информацию по какой-либо теме в 2021 году были способны 51% учащихся колледжей и 59% студентов вузов [4].

Эти результаты свидетельствуют о том, что пассивное потребление медиа не только неэффективно, но и чрезвычайно опасно, поскольку оставляет молодых людей без защитных механизмов против дезинформации, манипуляций и мифологизации реальности. Последствия этой проблемы выходят далеко за рамки личного благополучия и затрагивают здоровье общества в целом, включая возможность эффективной работы в экстременных ситуациях, предотвращение радикализации и сохранение доверия к государству.

В ответ на эти вызовы возникает потребность в развитии медиаграмотности – комплексной способности, которая выходит далеко за рамки простого использования технологий. Международные организации и эксперты предлагают широкое определение медиаграмотности, которое включает пять ключевых действий: использовать необходимую информацию, анализировать ее, идентифицировать экономические, политические, социальные и культурные интересы, которые с ней связаны [1].

Этот подход рассматривает медиаобразование не как набор технических навыков, а как критическое отношение к любому медиатексту, будь то фильм, новостная статья, социальное сообщение или реклама. Она направлена на то, чтобы помочь учащимся задавать вопросы, проверять источники, выявлять скрытые цели и повестки, понимать механизмы создания медиаконтента и, в конечном счете, становиться активными и ответственными участниками общественной жизни, а не пассивными объектами воздействия.

Медиаобразование должно быть неотъемлемой частью школьной программы, интегрированной в различные предметы, а не рассматриваться как от-

дельная дисциплина, что позволит развивать ее непрерывно и в контексте различных областей знаний [2]. Развивая тем самым и функциональную грамотность учащихся.

Например, на уроках литературы можно анализировать язык кино в адаптациях произведений, на уроках истории – фотографии времен войны, а на уроках естествознания – специальные научные программы.

Таким образом, медиаграмотность становится важной компетенцией XXI века, необходимой для выживания в информационном обществе и для осуществления полноценной гражданской деятельности.

Задача педагога в этом вопросе состоит в создании условий для глубокого, осмысленного и критического анализа контента. Успешная реализация этого подхода требует систематического, многоэтапного процесса, который можно разделить на 3 направления: активные просмотры (киноклубы, групповые посещения кинотеатров и кинопоказов), внедрение медиаконтента в учебный процесс как вспомогательных средств обучения, создание собственного медиаконтента. Такой структурированный подход позволяет перевести учащихся из пассивной роли потребителей в активную роль исследователей и интерпретаторов аудиовизуального произведения.

Организация киноклубов и активных просмотров целых произведений требует особого внимания. Реализация подобных практик возможна исключительно при условии соответствующей подготовки самого преподавателя, который должен владеть методами анализа и обладать развитым чувством меры для грамотной дозировки нагрузки.

Здесь существует несколько этапов: подготовительный, аналитический и этап синтеза. Подготовительный этап является фундаментом всего процесса, поскольку он настраивает внимание учеников, формирует цели и создает почву для дальнейшего анализа.

Достаточно мощный инструмент подготовки – использование руководств для обсуждения. Некоторые образовательные организации, такие как Фонд развития творчества «Жизнь и Дело» предоставляют готовые руководства, содержащие

вопросы по сюжету, персонажам, техникам съемки и потенциальным темам для дискуссии, которые можно адаптировать к любому фильму.

Предварительное составление списка вопросов является действенным способом мотивации и фокусировки внимания. Эти вопросы должны побуждать к диалогическому взаимодействию, обеспечивая возможность для обмена мнениями и сравнения позиций.

Этап активного просмотра – это суть процесса, где происходит непосредственное взаимодействие с видеоматериалом. Идеальным инструментом для этого служит прием «стоп-кадр», который предполагает периодическую остановку видео на ключевых моментах для обсуждения. Этот метод не только стимулирует активное участие, но и позволяет глубже погрузиться в смысловые и подтекстовые уровни, заложенные автором.

Чтобы запустить процесс более развёрнутый и контекстуальный процесс рефлексии, предлагаем учащимся делать заметки или заполнять «двойной дневник», разделяя страницу на две колонки: одна для ключевых моментов из видео, другая – для личных мыслей, вопросов и ассоциаций. Этот подход поддерживается современными цифровыми технологиями, которые позволяют вести многоуровневые дневники (текст, аудио, видео).

После просмотра начинается этап углубленного анализа и синтеза, который завершает цикл критического осмыслиения. Здесь используются приемы, направленные на структурирование полученной информации, выявление причинно-следственных связей и формирование собственной точки зрения учащихся.

Обсуждение должно строиться на открытых вопросах, которые не имеют единственно «правильного» ответа, и побуждать учеников сравнивать свои взгляды с мнениями других, что способствует развитию коммуникативных навыков и когнитивной гибкости. Это означает, что вместо того, чтобы давать готовые ответы, педагог задает открытые, провокационные вопросы, которые стимулируют критическое мышление и поиск собственных решений. Он создает пространство для безопасного выражения разных точек зрения и ведёт учеников к самостоятельному выстраиванию аргументированных позиций.

Включение различных материалов в учебный процесс позволяет сделать обучение более живым и релевантным для жизни учеников, переводя абстрактные ценности в область конкретных, наблюдаемых действий.

Более того, медиаграмотность и воспитательный процесс неразрывно связаны. Проекты, основанные на методе проектного обучения, используют реальные моральные проблемы для развития критического мышления и коммуникативных навыков. Вместо того чтобы просто анализировать моральные дилеммы из книг, ученики могут снимать собственные документальные короткометражки на актуальные темы (например, экология, социальная справедливость, буллинг), тем самым не только развивая медиа-навыки, но и формируя собственную гражданскую позицию.

Анализ медиаконтента, такого как фильмы или рекламные ролики, позволяет вскрывать скрытые предвзятости, стереотипы и идеологические установки, что является важнейшим шагом к развитию критического сознания. Например, на уроках английского языка можно просматривать фильмы о культурных различиях, а на уроках обществознания – анализировать политическую и социальную рекламу.

Если критический анализ готового видеоматериала является фундаментом медиаграмотности, то создание собственного контента представляет собой её высшую форму. Этот переход от «потребления» к «производству» кардинально меняет взаимодействие ученика с медиа, превращая его из пассивного зрителя в активного творца, который не только понимает, как работают медиатехники, но и осознает сложность и усилия, вложенные в создание любого медийного продукта. Он не только закрепляет навыки критического анализа, но и развивает творческие, технические и социальные компетенции.

Формирование медиаграмотности не может быть отделено от воспитательных практик, поскольку медиа оказывают глубокое влияние не только на наши знания, но и на наши убеждения, ценности и поведение.

Работа с видео в образовательном контексте должна служить не только для развития когнитивных навыков, но и для формирования целостной личности,

6 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

способной к моральному сознанию, эмпатии и этически обоснованным решениям. Исторические модели и современные исследования показывают, что интеграция воспитания и анализа медиа является ключевой для создания «воспитанного зрителя». Этот подход позволяет использовать кинематограф и другие формы видеоконтента как мощный инструмент для размышления о человеческих отношениях, моральных дилеммах и социальных ценностях.

Одним из самых ярких исторических примеров системной интеграции медиаобразования и воспитания является модель советского киноклуба, созданного ещё в конце 1950-х годов тверским учителем физики Олегом Александровичем Барановым [2].

Эта модель, существовавшая более 30 лет, была не просто клубом для просмотра фильмов, а полноценной образовательной средой, направленной на развитие эстетического вкуса и моральных ценностей учеников.

Таким образом, формирование медиаграмотности через видео – это непрерывный и многогранный процесс, который требует системного подхода, профессионализма педагогов и готовности к постоянному поиску новых методов и материалов. Реализация предложенной модели позволит не только повысить когнитивные и коммуникативные навыки учащихся, но и заложить основы для их становления как ответственных, критически мыслящих и этически сознательных граждан в XXI веке.

Список литературы

1. Арутюнов Г.А. Анализ понятия медиаграмотности / Г.А. Арутюнов // Медиаобразование. – 2020. – №2. – С. 210–218.
2. Баранов О.А. Медиаобразование в школе и в вузе: учебное пособие / О.А. Баранов. – Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2002. – 87 с.
3. Барташевич Д.А. Фейк-ньюс в контексте современных информационных и когнитивных войн / Д.А. Барташевич // Медиаобразование. – 2021. – №4. – С. 567–574.

4. Большая доля студентов не умеет искать в интернете информацию для учёбы // Skillbox Media [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/education/bolshaya-dolya-studentov-ne-umeet-iskat-v-internete-informatsiyu-dlya-uchyebu/> (дата обращения: 14.09.2025).

5. Грачев М.Н. Концепт «разрушения правды» в условиях цифрового общества (аналитический обзор) / М.Н. Грачев, Р.В. Евстифеев // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2020. – Т. 13. №2. – С. 229–248. DOI 10.23932/2542-0240-2020-13-2-12. EDN CKTGBY

6. Клиповое мышление у детей: плюсы и минусы // Дефектология.Pro [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.defectologiya.pro/zhurnal/klipovoe_myishlenie_u_detej_plyusyi_i_minusyi/ (дата обращения: 26.10.2025).

7. Макаров К.С. Примеры вовлекающих рассылок при концентрации внимания в 8 секунд / К.С. Макаров // Хабр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/companies/sendpulse/articles/297506/> (дата обращения: 26.10.2025).