

Гудкова А.А. Понятие о герое у подростков // Академия педагогических идей «Новация». – 2019. – №1 (январь). – АРТ 61-эл. – 0,2 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>

РУБРИКА: ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9.07

Гудкова Анастасия Андреевна

Студентка 4 курса, кафедра психологической антропологии

Научный руководитель: Ковалева Н.Б., к. психол.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Московский педагогический
государственный университет»

Г. Москва, Российская Федерация

e-mail: anastasiagudkova8@gmail.com

ПОНЯТИЕ О ГЕРОЕ У ПОДРОСТКОВ

Аннотация: в статье представлены результаты исследования представлений о герое младших подростков, проведенного на основе рефлексивно-позиционного подхода и медиагерменевтики.

Ключевые слова: герой, подросток, медиа-среда, личность, медиагерменевтика.

Gudkova Anastasia Andreevna

4th year student, Department of psychological anthropology

Supervisor of studies: Kovaleva N. B., K. psychology.N., associate Professor

FSBEI HPE "Moscow pedagogical
state University»

Moscow, Russian Federation

THE CONCEPT OF THE HERO IN ADOLESCENTS

Annotation: the article presents the results of a study of the representations of the hero of younger adolescents, conducted on the basis of reflexive - positional approach and media hermeneutics.

Key words: hero, teenager, media environment, personality, media hermeneutics.

Проблема воспитания нравственной составляющей у подростков особенно актуальна в наше время. Государственный стандарт ФГОС задает педагогам основное требование: обеспечение духовно-нравственного развития, воспитания учащихся. [1] Государство и общество хочет видеть будущее поколение так: «любящий свой край и свою Родину, уважающий свой народ, его культуру и духовные традиции; осознающий и принимающий традиционные ценности семьи, российского гражданского общества, многонационального российского народа, человечества, осознающий свою сопричастность судьбе Отечества...» [1] Но мы прекрасно понимаем, что сейчас этот стандарт, придуманный в министерстве, значительно далёк от реального положения дел: у подростков достаточно сильно искажаются нравственные ориентиры по причине того, что на детей действует мощная среда медиа-пространства. Огромное количество информации, где подросток просто физически не может понять и выбрать, что из этого «правильное» и «верное». Многих психологов волнует тема влияния рекламы, ведь она дает четкое внедрение в потребительские ценности, что явно искажает картину мира человека.

Исследование самосознания современных подростков имеет особую значимость в контексте задач выявления закономерностей становления личности в медиасреде, которая обрушивает на подростка обилие

информации, в том числе агрессивно-образной информации, и в итоге что вызывает к жизни такие феномены как вмененное понимание, мозаичное сознание, клиповое мышление, метафорическая слепота, атрибутивность репрезентаций [2; 6]. В то же время в СМИ, рекламе и интернет среде активно продвигаются нормы, приводящие к формированию таких личностных качеств как конформизм, инфантилизм, повышенный процент агрессивности. Многие исследователи фиксируют не достаточную выраженность нравственных идеалов [2; 5; 8]. Л.И. Божович подчеркивает, что «личность характеризуется наличием собственных взглядов, отношений, моральных установок и требований... Все это позволяет личности быть относительно устойчивой и независимой от влияний окружающей среды, идущих вразрез с ее интересами» [3, с. 213]. Однако практика показывает, что независимость личности в наши дни – явление крайне редкое

Медиа среда поставляет поколению новых «героев», главное, в которых, яркость и харизматичность – что и делает их привлекательными для подростков. То, какие ценности транслирует этот герой и какие идеалы «вменяет» во многом определяет содержание представлений о герое, и формирует идентичность младших подростков.

Н.Б. Ковалева в своем исследовании пишет: «Вопрос всестороннего изучения данных процессов, с целью обнаружения способов управления ситуацией оказывается одним их центральных. С нашей точки зрения – ответы лежат, прежде всего, в существе и содержании медийных процессов, определяющих в большой мере, факторы и фигуры влияния на самосознание детей и молодежи, впрочем, как и взрослых людей». [5, с. 317] Понятие герой так проиллюстрировано в словаре Ожегова:

«герой-

1. Человек, совершающий подвиги, необычный по своей храбрости, доблести, самоотверженности. Герои Великой Отечественной войны. Г. труда.
2. Главное действующее лицо литературного произведения. Г. трагедии. Г. романа.
3. чего Человек, воплощающий в себе черты эпохи, среды. Г. нашего времени.
4. кого-чего. Тот, кто привлёк к себе внимание (чаще о том, кто вызывает восхищение, подражание, удивление).» [3]

Также интересными являются результаты исследования Ковалевой Н.Б., в которых представлена классификация типов «героя», в которой выделены три группы: «Реальные герои» 39 %, «Персонажи» 42 % и «Смешанная» 19 %. «Образ героя определяет существенное влияние на становление и мировоззрение личности, а качества и образцы поведения героя будут переняты и отражены в поведение отрока» [4, с. 43]

Нами было проведено занятие в 5 классе на базе школы 1250 в рамках комплексного исследования Ковалевой Н.Б. [5] Участие приняли 16 человек. В эксперименте мы воспользовались некоторыми вопросами из диагностической карты данного комплекса: «Закончите, пожалуйста, предложения. Герой – это...». Они были заданы в начале и в конце урока. Между контрольными сессиями подросткам был показан мультфильм «Егорий Храбрый» - это сказ о Егории Храбром (Георгий Победоносец) по мотивам русских народных духовных сказок. Далее было проведено обсуждение просмотренного образца по сценарию, построенному в терминах рефлексивно-позиционном подходе Ковалевой Н.Б. с использованием медиагерменевтических технологий.

Подросткам задавались такие проблематизирующие вопросы как: «В чем сила Змея? Почему его никто не может победить?», «В чем секрет Егория? Что есть в его картине мира, что придает ему силу?», «Можно ли сказать, что Егорий – творческий человек? Почему?», таким образом делая вопросы менее ожидаемыми, а ответы более личностными.

Стоит сказать о том, что выбранный нами образец достаточно сильно отличается от «типичных» мультфильмов, которые привыкли смотреть дети. Здесь проецируются совсем другие ценности, совсем другая картина мира и множественные точки для размышления.

Результаты анализа ответов учащихся 5 класса школы 1250, проведенного в опоре на рефлексивно-позиционную методику анализа текста Н.Б. Ковалевой [4], представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Кто есть герой?

Тип ответа	Пример	5 кл. 1 ср.	5 кл. 2 ср.	всего	
Нет ответа	Нет ответа	2	1	3	3
Формальный ответ	Тот кто совершает поступок героя		2	2	2
Атрибутивно –частичный	Бесстрашный, бескорыстный Хороший, добрый, честный	2	1	3	8
Атрибутивно – полный	Человек с добротой честностью и силой		5	5	
Эмпативный – конкретный человек – идеал	Мой папа	1		1	2
Эмпативный – культурный человек – идеал	Георгий - победоносец		1	1	
Частичный, социально - гуманистический : риск, жертва	Тот, кто рискует жизнью для других	2		2	13 10/4-стере

Всероссийское СМИ
«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»
 Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.
 (выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru
 e-mail: akademnova@mail.ru

Частичный, культурно - гуманистический: помощь	Тот кто всегда или бескорыстно помогает другим	3	2	5	отип
Частичный, социально - гуманистический : спасение	Тот, кто спасает жизни и землю	4	2	6	
Позиционно эмп	Совершает благородные поступки, поступает щедро Человек который делает добро;) человек который совершил отважный и добрый поступок	3		3	7
Позиционно – ценностный			4	4	

Можно видеть, что в целом у подростков преобладают атрибутивные и частичные, социально-гуманистические ответы и слабо выражены эмпатийные и позиционные ответы. Позиционность в принципе – крайне редко проявляется у учащихся, так как норма толерантности, с одной стороны, и сложившиеся характеристики мышления, проявляющиеся, в частности, в феноменах свободных ассоциаций, метафорической пустоты, репродуктивности, с другой стороны.

Просмотр и обсуждение фильма позволил несколько усилить позиционность и эмпатийность ответов, причем не столько количественно, сколько качественно: появились отсутствующие до того ответы в категориях «культурно-эмпатийный» и «позиционно-ценностный». Зафиксированные факты свидетельствуют о важности поиска методов развития позиционности, и достаточно высокую продуктивность медиагерменевтики [4-6], даже в рамках одного занятия.

Список использованной литературы:

1. Приказ Минобрнауки России: 17 мая 2012 г. № 413. Приложение// [Электронный ресурс]/ Российская газета. Интернет-портал. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/06/21/obrstandart-dok.html>, свободный.
2. Асмолов А.Г. Вызовы современности и перспективы профессионального роста в мире образования//Образовательная панорама. 2016. № 1 (5). С. 6-8
3. Божович Л.И. Проблемы формирования личности. М., 1995. С. 213-227
4. Ковалева Н.Б. Текст как место встречи и недоразумений. Медиагерменевтика собственных представлений и образов // Педагогика и просвещение. 2016. № 3. С. 238-248.
5. Ковалева Н.Б. Образ героя в представлениях подрастающего поколения в контексте проблемы становления их идентичности //Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2018. Т. 7. № 3 (24). С. 317-321
6. Ковалева Н.Б. Феномены понимания в медиакультуре // Педагогика и психология образования. 2016. № 3. С. 114-126.
7. Ожегов С. И. Словарь русского языка: Ок. 53 000 слов — 24-е изд., испр. М.: Оникс, Мир и Образование, 2007. 1200 с.
8. Собкин В.С., Калашникова Е.А. Идеалы и антиидеалы учащихся основной и старшей школы//Национальный психологический журнал. 2017. №3(27). С. 121-135.
9. Хилик Л.Ю. Как понимает молодежь, кто есть герой // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. 2018. №8. С. 42-45.

Дата поступления в редакцию: 24.01.2019 г.

Опубликовано: 24.01.2019 г.

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2019

© Гудкова А.А., 2019