



Проведение экспертизы медийных продуктов

Рудакова Е.М., к.и.н., председатель АОО МОО
НССИ



Содержание:

- Психологическая экспертиза медиапродуктов
 - Лингвистическая экспертиза медийных текстов
 - Основы судебно-психологической экспертизы
-



Содержание

1. Общие положения
 2. Современная социальная ситуация развития ребенка и роль СМИ и информационной продукции в социализации детей
 3. Научно-методологические основания экспертизы
 4. О зарубежном опыте защиты детей от информации, приносящей вред их здоровью и развитию
 5. Основные цели, объекты и методы проведения экспертизы
 6. Требования к процедуре экспертизы
 7. Профессиональные и квалификационные требования, предъявляемые к эксперту
 8. Основные понятия
-



Современная социальная ситуация развития ребенка и роль СМИ и информационной продукции в социализации детей



Социальные сети – это то, что особенно привлекает детей и подростков в Интернете. От 60 до 80% школьников выкладывают в сети фамилию, точный возраст и номер школы.

Кроме компьютера, подключенного к Интернету, еще одним устройством, которое лидирует в качестве инструмента выхода в Сеть, выступает мобильный телефон.

В России 45% детей (а это практически каждый второй ребенок) пользуется Интернетом с мобильного телефона, и 30% выходят в сеть «везде и всюду».



Новые возможности СМИ и информационных технологий

- Модернизация системы общего и дошкольного образования
- Создание образовательной развивающей информационной среды
- Развитие медиа-компетентности детей и подростков
- Новые формы социального взаимодействия



Неврачебная психотерапия



СМИ, хотя и дают возможность снять отчасти внутреннее напряжение и решить психологические проблемы, одновременно становятся своего рода **ловушкой** для психологически некомпетентной аудитории: ведь такого рода «терапия» может считаться лишь заместительной и в полной мере проблемы человека не решает.

- некоторые теле- и радиoprogramмы способны **компенсировать** ощущение одиночества, предложить путь к самораскрытию.
- **зритель-участник телевизионного взаимодействия может удовлетворить широкий ряд психологических потребностей**: осуществить социальное сравнение («Я – сама»), снять чувство вины («Моя семья»), преодолеть застенчивость («Знак качества»).
- Все эти потребности удовлетворяются средствами массовой информации компенсаторно. То есть гораздо более целесообразно, с точки зрения психологии, сравнивать себя с реальными людьми, а не с экранными персонажами, обмениваться мнениями со знакомыми, снимать чувство вины в разговоре с близкими, преодолевать застенчивость в ситуации реального общения.



Маслоу)

ПИРАМИДА А. МАСЛОУ (Таб. 3)



Пирамида Маслоу³



**САМО-
АКТУАЛИЗАЦИИ**

**КОМПЕТЕНТНОСТИ
И ПОЗНАНИЯ**

**ОБЩЕНИЯ, ЛЮБВИ И
ПРИЯТИЯ**

БЕЗОПАСНОСТИ И

СТАБИЛЬНОСТИ

БАЗОВЫЕ: ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ (ГОЛОД, ЖАЖДА,

СЕКС)

Позитивными ключевыми функциями СМИ в социализации ребенка являются

1. введение ребенка в мир культуры;
2. трансляция социальных ценностей, задач, смыслов, норм и правил;
3. ориентация ребенка в системе социальных и межличностных ролей и отношений;
4. формирование коммуникативной культуры, обеспечение ребенку переживания чувства принятия и безопасности.



Риски утраты эффективности институтов социализации

- Исчезновение/размывание одной ценностной системы общества при несформированности другой (аномия)
- Ценностный межпоколенческий разрыв и риски утраты преемственности
- Высокая социальная неопределенность
- Трудности профессионального, жизненного и личностного самоопределения и обретения идентичности
- «Разорванность» коммуникации СМИ и детской и подростковой аудитории
- Агрессивность ряда СМИ и навязывание идеалов, личностных выборов, решений и способов действий
- Манипуляция сознанием, порождающая низкий уровень психологической безопасности
- Утрата чувства «обратимости жизни»
- ▶ «Клиповое» сознание

В Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 г., утверждённой Указом Президента РФ от 1 июня 2012 г., выделены основные проблемы российского общества в сфере детства в области конструирования информационного пространства:

- недостаточная эффективность имеющихся механизмов обеспечения и защиты прав и интересов детей, неисполнение международных стандартов в области прав ребенка;
- нарастание новых рисков, связанных с распространением информации, представляющей опасность для детей;
- несоответствие современной системы обеспечения информационной безопасности детей новым рискам, связанным с развитием сети «Интернет» и информационных технологий, нарастающему противоправному контенту.

Задача: обеспечение информационной безопасности детства

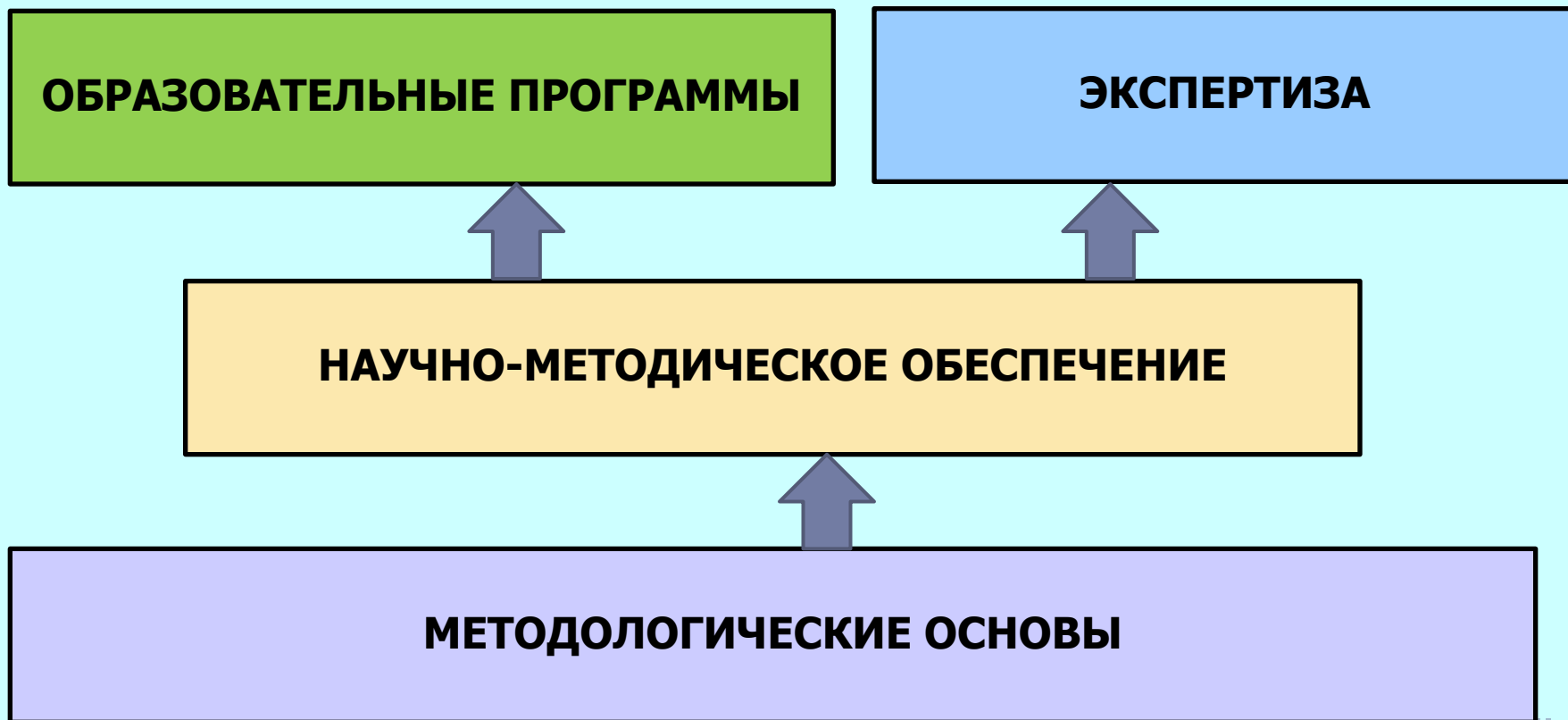
Меры её решения:

создание правовых механизмов
блокирования информационных каналов
проникновения через источники массовой
информации в детско-подростковую среду
элементов:

- криминальной психологии,
 - культа насилия,
 - других антиобщественных тенденций и
 - соответствующей им атрибутики.
-



Формат проведения экспертизы информационной продукции:



экспертиза медиапродуктов



Сомневаетесь?
Задайте вопрос
эксперту

Структура модели проведения экспертизы информационной продукции:

1. **Описание** информационного продукта как объекта экспертизы в соответствии с ФЗ-436. Характеристика **объекта** экспертизы.
2. Модуль идентификации **предмета** экспертизы.
Анализ контента информационного продукта с точки зрения наличия вреда для здоровья и развития ребёнка (ФЗ-436 , ст.5-2,3).
3. Дополнительное экспертно-**методическое** сопровождение.
4. Итоговое экспертное **заключение** (ФЗ-436, ст.18).
5. Характеристики **эксперта** (ФЗ-436, ст.18 - 1,2).

экспертиза медийных текстов



- Экспертиза информационной продукции в рамках ФЗ № 436 предполагает анализ как
- стилистической маркированности (нецензурное/ неприличное/ грубое/ вульгарное), так и
 - коммуникативной функции фраз/ выражений/ слов (и изображений).



Основы судебно- психологической экспертизы



Модуль оформления заключения

1. составить экспертное заключение.
2. оценить вероятность причинения вреда здоровью и (или) развитию детей информацией, содержащейся в продукте.
3. описать степень выраженности признаков, которые дают основание говорить о вероятности причинения вреда здоровью и (или) развитию детей информацией, содержащейся в продукте.
4. соотнести степень выраженности отдельных признаков содержащейся в информационной продукции информации, причиняющей вред здоровью и (или) развитию детей в общем и ситуационном контексте (на уровне эпизода) экспертируемого материала.

наличие или отсутствие в информационном продукте:

- оправданных ее жанром и (или) сюжетом эпизодических (единичных) ненатуралистических изображений или описаний физического и (или) психического насилия (за исключением сексуального насилия)
 - торжества добра над злом
 - выражения сострадания к жертве насилия и (или) осуждения насилия и т.д.
-

