

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Проблема влияния СМИ на совесть детей серьезно волнует учителей, воспитателей и родителей. Нравственное состояние общества - это не только показатель его состояния в целом или следствие происходящих в нем процессов, но и основа того, что его ждет в будущем. Современная Россия ориентирована на успешное социально-экономическое развитие, национальную безопасность и конкурентоспособность на международной арене. Решение этих задач невозможно без активного участия профессионально и социально компетентных людей, сформировавших социально значимые черты личности и нравственные идеалы.

К сожалению, многие исследователи отмечают, что современная российская действительность характеризуется упадком культурного уровня, моральной деградацией и криминализацией общества, размытием ценностей и социальных норм. Очевидно, такое положение вещей оказывает наибольшее влияние на тех членов общества, моральные представления которых только зарождаются или находятся в процессе обучения, - на детей.

СМИ давно стали неотъемлемой частью нашей жизни и стали ее неотъемлемой частью. СМИ - одно из важнейших и противоречивых явлений современности, в котором также скрывается образовательный потенциал. Влияние «четвертой власти» на образовательный процесс распространяется не только на развитие когнитивных, эмоциональных и поведенческих компонентов личности ребенка, но и на формирование нравственных представлений. Качественное развитие нравственных установок ребенка во многом зависит от правильно организованного взаимодействия школьников со средствами массовой информации, родителями и учителями с учетом их индивидуальных, личностных и возрастных особенностей.

Объект исследования - формирование личности школьника.

Предмет исследования - влияние средств массовой информации и телевидения на формирование личности школьника.

Цель исследования – изучить проблему влияния средств массовой информации и телевидения на школьника.

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- 1) рассмотреть теоретические особенности влияния СМИ и телевидения на личность школьника;
- 2) провести экспериментальное исследование по выявлению влияния СМИ и телевидения на личность школьника;
- 3) разработать рекомендации по снижению влияния СМИ и телевидения на личность школьника для учителей и родителей.

Практическая значимость: разработанные нами рекомендации могут быть использованы в работе учителями и родителями по регуляции и контролю влияния СМИ на младших школьников.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ТВ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ШКОЛЬНИКОВ

1.1. ТВ и средства массовой информации: описание и сущность

Средство массовой информации (сокращённо «СМИ», также — масс-медиа) — организационно-технический комплекс, обеспечивающий быструю передачу и массовое тиражирование словесной, образной и музыкальной информации [12].

На данный момент принято выделять четыре вида СМИ:

1. Печатные издания. Информация в таких случаях предоставляется в виде текста, графики, рисунков и т.д. и может быть просмотрена без специальных технических средств. Кроме того, доступность и избирательность, т.е. человек приобретает

нужное ему печатное издание в удобное для него время. Кроме того, вы можете читать газету или журнал где угодно, не мешая другим, вы можете вернуться к тому же тексту, делать заметки, читать интересные отрывки и записывать необходимую информацию. Недостаток - невысокий КПД.

2. Радиовещание. В этом случае информация передается с помощью звука, поэтому эффективность достаточно высока. Этот тип информации лучше всего подходит для людей, которые не могут отвлекаться на рекламу, например: безопасность для водителей. Обратной стороной является отсутствие избирательности, то есть вы не можете выбирать, когда получать информацию, которая вам подходит, вы не можете вернуться, чтобы снова послушать и т. д.

3. Телевидение. Здесь информация представлена одновременно аудио и видео. Преимуществом, несомненно, является очень высокая производительность, возможность сосредоточиться на звуке или изображении во время просмотра, а также доступность и избирательность.

4. Интернет. Этот тип информации, по сути, является «сборником» трех предыдущих. Он также может быть представлен как в аудио, так и в видео версиях, а печатные издания можно просматривать несколько раз, аннотировать, при необходимости распечатывать. К недостаткам можно отнести то, что для ее получения необходимы специальные технические средства, а также то, что информация в данном случае является «вторичной», то есть она уже была опубликована в газетах или журналах, объявлена по радио или телевидению [2].

В течение нескольких столетий в системе СМИ сформировалась отчетливая типология. Самая большая классификация средств массовой информации в настоящее время существует на основе «печатных» и «электронных».

Электронные СМИ, использующие электронные каналы передачи - радио и телевидение. Электронные СМИ обладают большим выразительным зарядом за счет имитации яркого межличностного общения. Они более эффективны, в этих СМИ есть феномен «прямой трансляции» - немедленная передача информации о событиях. Их недостаток - привязанность теле- и радиопередач к эфирному времени. Телевидение усиливает восприятие визуальными образами, передает изображение. Но иногда радио бывает хорошим именно тем, что не отвлекает. Вы можете слушать его во время работы по дому или за рулем.

Печатные СМИ, которые производятся с использованием печатного станка - газеты, журналы. У печатных СМИ есть свои преимущества - вы можете вернуться к статье

в газете или журнале через день или столетие. Кроме того, теряя эффективность, газета может извлечь выгоду из журналистики, аналитики, оригинальности газетных репортажей, литературных симуляций и т. д. Текст дает больше простора для воображения, чем визуальные эффекты или звук.

Типологические характеристики СМИ:

1. Территория вещания, распространения (всероссийское радио, городская газета).
2. Регулярность выхода или вещания (круглосуточное телевидение, ежедневная газета).
3. Тираж (для печатных СМИ), объем аудитории (для электронных СМИ).
4. Собственность на издание или телерадиокомпанию. СМИ может принадлежать государству, ведомству, корпорации, частному лицу.
5. Формат выхода.
6. Тематическая направленность (деловая, развлекательная, политическая).
7. Регион распространения: транснациональные, общенациональные, общероссийские, федеральные, региональные, местные и муниципальные.
8. Собственность на издание или телерадиовещание.
9. Аудитория СМИ.
10. Легитимность: легитимные; квазилегитимные (не запрещенные и не разрешенные законом); нелегитимные (не имеющие права на существование).
11. Качественная и массовая пресса: содержит развивающую информацию и развлекательные компоненты.
12. Издательские характеристики: периодичность, формат, объемы, техника производства [6].

Из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что в быстро развивающемся мире средств массовой информации возникла необходимость типологизации СМИ.

Как-то разобраться в этом большом мире. Типология помогает понять место публикации в системе СМИ, способствует их взаимодействию, подчеркивает место СМИ в социальном, географическом, информационном и экономическом

пространстве.

Типология определяет характеристики классов и помогает разработать соответствующие методы общения с аудиторией, чтобы эффективно на них влиять.

СМИ - один из важнейших социальных институтов. У СМИ огромное количество функций: они информируют, просвещают, развлекают и многое другое. Более того, именно через СМИ мы воспринимаем определенные события, происходящие в мире. Рассмотрение и анализ функций каждой системы социальной активности, несомненно, является важнейшим пунктом его исследования. Это связано с тем, что процессы, происходящие в любой системе социальной деятельности, в конечном итоге влияют на более крупные процессы, происходящие в мире.

У СМИ огромное количество функций в совершенно разных сферах. Е.П. Прохоров, считая журналистику полифункциональной системой, выделяет следующие шесть функций средств массовой информации:

- 1) коммуникативную - функцию общения, налаживания контакта;
- 2) непосредственно-организаторскую;
- 3) идеологическую (социально-ориентирующую), связанную со стремлением оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориентации общества, на самосознание людей, их идеалы и стремления;
- 4) культурно-образовательную, заключающуюся в том, чтобы, будучи одним из институтов культуры общества, участвовать в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым способствуя всестороннему развитию человека;
- 5) рекламно-справочную, связанную с удовлетворением утилитарных запросов в связи с видом увлечений разных слоев населения;
- 6) рекреативную: развлечения, снятия напряжения, получение удовольствия. Однако в современных исследованиях можно встретить более простое разделение основных функций средств массовой информации:
- 7) гуманитарные функции СМИ - информирование, образование, развлечение, и множество других;

8) политические функции СМИ - формирование массового общественного сознания или направленное влияние на отдельные группы населения [17].

По-видимому, эти функции называются политическими, потому что политическая власть влияет на общественное мнение и сознание, формирует определенную идеологию, привлекает внимание различных групп людей к политическим идеям. Особенно сильное влияние на общество оказывается в предвыборный период, когда кандидатам навязывают свои идеи и взгляды. Есть давление, чтобы предпринять определенные действия. Реклама действует с определенной целью, поэтому человек, который ее видит, делает выбор, который от него требуется. Однако следует отметить, что это не единственное разделение функций.

Так, автор С. Г. Корконосенко выделяет четыре функции СМИ: экономическую, политическую, духовно-идеологическую и социальную.

В каждой из этих сфер СМИ играют свои социальные роли:

- 1) производственно-экономическую,
- 2) регулирующую,
- 3) духовно-идеологическую,
- 4) информационно-коммуникативную [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что в мире существует множество мнений о функциях СМИ. Авторы по-разному смотрят на функции СМИ, и каждый подчеркивает что-то свое. Это может указывать на то, что этих функций намного больше, чем каждый автор может выделить в отдельности, но большинство согласны с тем, что основные функции СМИ являются гуманитарными и политическими, и что они еще более разделены.

1.2. Способы влияния ТВ и средств массовой информации на человека

СМИ влияют на каждого человека в отдельности через свое воздействие на общество в целом и формируют определенные идентичные эмоции и действия. Так формируется общественное мнение благодаря СМИ.

Общественное мнение - это состояние массового сознания, которое содержит скрытое или явное отношение различных социальных сообществ к проблемам и событиям действительности.

В современной медийной практике широко распространены методы бессознательного воздействия, когда отношение общества к тем или иным явлениям в окружающем мире формируется с помощью стереотипных представлений, которые вносятся в новостной поток и автоматически появляются в массовом сознании либо негативного, либо негативного характера, положительная реакция на конкретное событие.

Стереотип - это модель восприятия, фильтрации и интерпретации информации, принятой в историческом сообществе с целью распознавания и распознавания окружающего мира на основе предыдущего социального опыта.

Многие психологические исследования посвящены формированию стереотипов у людей. Стереотипы эффективно управляют всем процессом восприятия информации. Процесс восприятия - это просто механическое приспособление неизвестного до сих пор явления к устойчивой общей формуле (стереотипу). Поэтому пресса стандартизирует сообщение, то есть особым образом «подводит» информацию под общий стереотип мнения. Человек должен воспринимать сообщение легко и безоговорочно, без внутренней борьбы и критического анализа [15].

Стереотипы возникают под влиянием двух факторов: бессознательной коллективной обработки и индивидуальной социокультурной среды, а также, конечно же, при целевом идеологическом воздействии через СМИ. С помощью стереотипов легко манипулировать сознанием человека, поскольку стереотип тесно связан с жизнью общества в целом и определенных групп людей в частности, например в сознании жителей нашей страны. Стереотип «Философия» Надежды », ориентация на идеальные модели сохранилась. У американцев есть свои стереотипы. Людей в США воспитывают не верить в безвыходность ситуации: они верят, что при наличии соответствующих навыков можно решить любую задачу [18].

Большинство исследователей указывают на связь стереотипов с гигантским влиянием СМИ на формирование отношения к миру, на поведение, воспроизводящее действия «героев», созданных прессой, радио или телевидением. Например, в настоящее время складывается своего рода стереотип о человеке,

ориентированном на результат, целеустремленном и зависимом от своих сильных сторон [19].

СМИ учат человека мыслить стереотипами и снижают интеллектуальный уровень сообщений, чтобы они стали орудием глупости. Это был основной метод устранения необходимых стереотипов при мысленном повторении.

Задача прессы в процессе убеждения - создать прочное и устойчивое отношение к этому явлению. В силу своей биологической природы человек подвержен внушениям, имитации и заражению.

Внушение - это воздействие на человека, которое вызывает у человека определенные чувства, помимо его воли и сознания, или заставляет человека выполнять определенные действия.

Находясь под внушением, человек не контролирует направленное на него влияние. Проще всего привить человеку то, к чему он предрасположен в силу своих потребностей и интересов. Однако вы можете привить что-то против его воли, провоцируя определенные чувства и состояния, которые подталкивают его к совершению поступка, возможно, совершенно отличного от норм и правил поведения, которые он принимает. Сама деятельность СМИ, которая призвана внушать что-то обществу, бесчеловечна, потому что люди не могут контролировать направленное на них влияние и поэтому бессильны делать такие предложения [5].

Один из методов внушения, применяемый в современной журналистской практике, - создание информационного резонанса. Когда информационное сообщение вызывает большой информационный (общественный) резонанс, это означает, что последовало множество разноплановых комментариев, опубликованных в различных СМИ и содержащих разные, даже противоположные, оценки. Вызвавшая резонанс новостная тема не только привлекла внимание СМИ и их аудитории, но и стала доминирующей темой.

Таким образом, средства массовой информации являются главным источником оперативного получения свежих новостей.

1.3. Роль ТВ и средств массовой информации на формирование личности школьника

Проблема влияния СМИ на формирование личности ребенка интересна представителям различных профессий и общественным деятелям. Хотелось бы остановиться на некоторых из них.

Врачи и психологи отмечают негативные последствия для психики подрастающего поколения и физического здоровья ребенка (нарушение зрения, раздражительность, агрессивность, тяга к алкоголю, рост вредных привычек, психические расстройства и др.) Детские психиатры и психологи в настоящее время считают, что основными болезнями детей и подростков в 21 веке будут болеть телевизор и компьютеры.

Педагоги и воспитатели отмечают, что под воздействием СМИ у детей нарушаются навыки чтения, так как дети, получая готовую информацию из СМИ, меньше читают книг, познавательных журналов, использование ненормативной лексики в СМИ приводит к ее использованию в повседневной жизни, истощается словарный запас, ослабляется и способность к межличностному общению: вместо игр и разговоров со сверстниками, общения с родителями ребенок часами сидит перед телевизором [7].

Сотрудники правоохранительных органов обращают внимание на проблему влияния СМИ на мотивацию преступности несовершеннолетних.

Таким образом, СМИ пагубно влияют как на психику детей, так и на их физическое здоровье, они являются средством манипуляции, а также способом развития агрессивности. Поэтому во избежание деформации психики у детей необходимо придерживаться установленных норм и правил, ограничивающих просмотр телепрограмм.

У городских детей больше возможностей, чем у их сверстников из деревень и городов. Практически у каждого ребенка есть мобильный телефон, компьютер и доступ в Интернет, а это значит, что он может получать любую информацию из различных СМИ [11].

Сочетая домашнее задание в классе с просмотром телепрограмм, внимание ученика распределяется между телепрограммой и учебным материалом.

Студент не усваивает большую часть учебной информации - чрезмерное увлечение телевизионными программами приводит к снижению интеллекта и плохой успеваемости.

Анализируя телепрограмму, выяснилось, что 70% мультфильмов, показываемых по телевидению, - это мультфильмы, произведенные за рубежом, и только 30% - мультфильмы российской киноиндустрии. Как правило, почти все зарубежные сказки не ориентированы на русскую культуру, не адаптированы к менталитету нашего народа, зачастую элементарно вульгарны. Следует подчеркнуть, что все, что дети смотрят по телевизору, несет с собой элемент воспитания и формирования личности [8].

Современные телепрограммы навязывают современной молодежи манеру и стиль общения, не развивают духовность, понижают планку морали и нравственности в обществе, способствуют материальному обогащению, сложным отношениям между людьми для достижения всех целей.

Телепрограммы влияют на формирование детской психики и становятся источником острых слов, пародий и шуток. Школьники в период становления личности иногда некритично относятся к предоставляемой им информации.

В период личностного развития младшего подростка отмечается эмоциональная нестабильность, проявляющаяся в повышенной тревожности и агрессии, которая обостряется после просмотра телепрограмм или фильмов со сценами насилия или сценами, влияющими на психологическое состояние [9].

Реклама, которая их прерывает, теперь стала неотъемлемой частью телевизионных программ. Психика магистрантов уязвима, он верит всему, что видит, а в рекламе часто рекламируются нездоровые промышленные и пищевые продукты.

Почти у всех студентов есть сотовые телефоны, но услуги сотовой связи оцениваются по-разному в разных группах.

Негативное влияние сотовой связи на здоровье человека и, прежде всего, на здоровье ребенка известно давно, но наличие мобильного телефона у школьника теперь является показателем материального благополучия в обществе, который формируется и навязывается СМИ.

Что касается компьютера, вы можете поставить его на ступеньку рядом с телевизором, так как исследование показало, что в среднем студент проводит перед монитором от 2 до 4 часов в день и большую часть этого времени проводит в Интернете.

Популярная музыка является неотъемлемой частью современного ребенка, в современном мире появляется огромное количество различных стилей и направлений, которую, можно послушать по радио [20].

Школьник перенимает стиль, мировоззрение любимых исполнителей, их жизненные ценности и взгляды.

Но в мире музыки существует огромное количество песен, в которых используется ненормативная лексика, призывы к насилию, суициду, пропаганда не здорового образа жизни, а вредных привычек (наркомания, курение, алкоголь и т. д.).

Отказываются общепринятые ценности - доброта, любовь, сострадание и т. д. И хотя мы не можем говорить только об экстремальной музыке, потому что существует огромное количество музыки, по мнению врачей, слушать которую полезно для здоровья (эмоциональное облегчение, душевное спокойствие и т. д.) из опроса очевидно, что сегодняшние дети такие, потому что предпочитают более «модные» стили и направления [3].

СМИ - неотъемлемая часть жизни ребенка. Дети много времени проводят перед экраном телевизора, компьютера и слушают музыку. Ему просто некогда общаться с родителями, посещать спортивные секции, читать клубы, читать информационную литературу.

Таким образом, очевиден вывод о том, что телевидение и компьютеры как средства медиа-насилия могут нанести непоправимый вред адаптации ребенка к обществу, его здоровью, особенно его психическому здоровью. Регулярный просмотр сцен насилия омрачает эмоции и насилие. Если насилие регулярно демонстрируется на экране, через некоторое время это будет считаться само собой разумеющимся. Некоторые психологи считают, что именно на этом этапе формируется агрессивный поведенческий сценарий. Войдя в реальный мир, ребенок запоминает тип агрессии, который он видел на экране, и начинает подражать ему.

Негативное влияние СМИ искажает формирующуюся личность школьника, способствует его распаду, подавляет свободу идеологического выбора.

Экран телевизора и компьютера деформирует картину мира в неразвитом сознании ребенка, тем самым изменяя психику ребенка, а также подменяет морально-нравственные ценности искусственно созданными.

Теоретический анализ научных источников свидетельствует о том, что и телевидение, и Интернет не всегда благотворно влияют на развитие ребенка.

ГЛАВА 2. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ИЗУЧЕНИЮ ВЛИЯНИЯ ТВ И СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ШКОЛЬНИКОВ

2.1. Описание экспериментального исследования

Цель исследования: изучить влияние СМИ и телевидения на школьников.

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- 1) подобрать методики исследования;
- 2) провести экспериментальное исследование;
- 3) описать полученные результаты и сделать выводы.

Для исследования влияния СМИ и телевидения на школьников, использовались следующие методики:

1. Тестирование «Зависимость от телевидения» [1];

Цель теста: выявление уровня зависимости от телевизора и телевидения.

Инструкция: Ниже приведён ряд утверждений. Постарайтесь внимательно прочитать каждое из них. Если Вы согласны с утверждением, тогда отметьте слово "Да". Если несогласны, тогда отметьте слово "Нет". Постарайтесь в каждом утверждении выбрать "Да" или "Нет".

Обработка результатов

Подсчитайте количество положительных ответов на вопросы теста (сколько отмечено слов "да").

0 - 5 баллов. Данные баллы показывают, что ребенок не увлекается просмотром телевидения, а старается проводить свое свободное время другим способом: спорт,

активный отдых, прогулки с друзьями и т.д.

6 - 10 баллов. Данное количество баллов показывает, что школьник пользуется телевидением, однако смотрит его немного: чтобы посмотреть мультфильм, познавательную передачу, или же узнать новости и погоду. Это нормальный показатель, ведь телевизоры сейчас есть почти в каждом доме и игнорировать телевидение просто невозможно.

11 - 15 баллов. Данное количество баллов показывает, что ребенок проводит слишком много времени за телевизором. Он сидит за обедом и в свободное время, отвлекаясь лишь на некоторые дела.

16 - 20 баллов. Такие баллы характеризуют зависимость от телевидения. Необходимо обратить внимание на ребенка и в срочном порядке решить данную проблему.

2. Анкетирование;

Цель анкетирования: получение информации о социальной группе, об отношении к средствам массовой информации.

Данная анкета была разработана специально для проведения исследования и включает в себя 8 вопросов.

Таблица 1 - Анкета

Вопрос

Ответ

1. У вас дома есть ноутбук или компьютер?

2. Сколько времени вы проводите у экрана монитора?

3. Вы посещаете развлекательные или познавательные сайты?

4. Вы читаете печатные издания (газеты, журналы, книги)?

5. Какой литературный жанр вы предпочитаете?

6. Откуда люди получают основные представления о мире?

7. Как вы проводите свободное время?

8. Есть ли, по вашему мнению, положительные стороны у средств массовой информации

База исследования:

В экспериментальном исследовании принимали участие учащиеся 5-ых классов в количестве 25 человек.

2.2. Анализ результатов экспериментального исследования

Рассмотрим результаты, которые получились про обработке полученных данных.

1. Результаты тестирования «Зависимость от телевидения».

Обработка данных проведенного теста дала следующие результаты: 75% опрошенных проводят перед телевизором более трех часов. И лишь 24% уделяют просмотру телевизионных передач менее трех часов в сутки.

76% респондентов указали, что просмотр телевизора является для них средством отдыха.

60% отметили, что часто проводят время перед телевизором «от нечего делать», переключая каналы.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что уже в школьном возрасте дети не умеют правильно организовывать свой досуг. Времяпрепровождение перед экранами телевизоров более трех часов в день и просмотр телепередач не всегда проконтролированного взрослым может повлечь за собой отклонения в психологическом развитии ребенка.

2. Результаты анкетирования.

Ответы на первый вопрос представлены в виде диаграммы (рис. 1).

Рисунок 1 - Результаты ответов на первый вопрос

Согласно рис. 1, у всех 100% опрошенных школьников (25 человек) имеется дома компьютер или ноутбук. Конечно, это показывает быстрое развитие современных технологий. В настоящее время почти в каждой семье ноутбук или компьютер это средство необходимости. Многие родители работают при помощи них. Однако, еще несколько десятков лет назад такие технические средства были роскошью и имелись лишь у единиц.

Ответы на второй вопрос анкетирования также представлены в виде диаграммы (рис. 2).

Рисунок 2 - Результаты ответов на второй вопрос

Анализируя результаты ответов на второй вопрос, можно сделать вывод, что только 12% выборки (3 человека) проводят за монитором компьютера или ноутбука менее 1 часа в день. Они тратят это время, подбирая необходимую информацию для обучения. Более половины опрошенных, а именно 60% (15 человек), посвящают 1-2 часа времени за компьютеру. Они могут потратить это время как на обучение, так и на просмотр фильмов или участие в игре. 20% опрошенных указали, что ежедневно тратят от 2-ух до 4-х часов в день за монитором. Они играют, смотрят видео, иногда используют его для обучения. И 8% опрошенных (2 человека) проводят все свое свободное время после школы за монитором. Это говорит об отсутствии знаний относительно вреда долгого пребывания за компьютером, а также отсутствие контроля со стороны родителей.

Ответы на третий вопрос представлены в виде диаграммы (рис. 3).

Рисунок 3 - Результаты ответов на третий вопрос

Согласно рис. 3, большая часть опрошенных, а именно 72% (18 человек) посещают развлекательные сайты – игры, фильмы и т.д. И лишь 28% опрошенных (7 человек) увлекаются познавательными сайтами – обучающее видео, мастер-классы и т.д.

Ответы на четвертый вопрос представлены в виде диаграммы (рис. 4).

Рисунок 4 - Результаты ответов на четвертый вопрос

Отвечая на четвертый вопрос, меньше половины опрошенных отметили, что читают печатные издания: книги, газеты или журналы. Сюда не входит учебная литература. Остальные же 60% опрошенных (15 человек) не интересуются печатными изданиями, и предпочитают получать информацию из интернета.

При ответе на пятый вопрос, дети указали следующие варианты: «фантастика», «ужасы», «комиксы». Никто из опрошенных не указал классическую литературу. Это говорит нам о том, что книги постепенно уходят из жизни детей и заменяются играми и другими развлечениями.

Отвечая на шестой вопрос, самым популярным ответом стал «Интернет». Школьники указали, что в настоящее время все новости можно узнать мгновенно в сети интернет. Некоторые из них отметили ряд других источников средств массовой информации: «телевидение», «газеты».

Результаты ответов на седьмой вопрос показали, что увлечения школьников различны. Так, некоторые из них отметили «спорт», кто-то указал «танцы» и «пение». Однако, несколько школьников указали «компьютерные игры», как свое увлечение в свободное время.

Ответы на последний, восьмой вопрос, представлены в виде диаграммы (рис. 5).

Рисунок 5 - Результаты ответов на восьмой вопрос

Согласно рис. 5, все школьники уверены, что средства массовой информации имеют множество положительных сторон.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что в настоящее время влияние СМИ и телевидения на школьников очень велико. Они проводят много времени за экранами, узнавая новости, смотря фильмы и мультфильмы, играя в игры. Все это может негативно отразиться на их физическом и психическом здоровье. Поэтому, мы разработали ряд рекомендаций, которые помогут учителям и родителям сократить время проведения за экранами и отвлечь школьников от виртуального мира.

2.3. Рекомендации по снижению влияния ТВ и средств массовой информации на школьников

Результаты проведенного исследования влияния средств массовой информации на личностное развитие детей младшего школьного возраста показали, что грамотное использование современных информационно-коммуникативных технологий, включая интернет и телевидение, в ходе образовательного и воспитательного процесса, может оказать положительное влияние на уровень познавательной компетентности ребенка, и его компетентности в общении со сверстниками, уровень умственного развития.

При этом использование СМИ позволяет достигнуть следующее.

1. Повышается интерес ребенка к предмету и активизируется познавательная активность. Невозможно в мире информационных технологий полностью оградить ребенка от планшета, компьютера или телевидения, однако, можно научить его грамотно ими пользоваться.
2. Визуализация предъявляемой информации способствует лучшему ее усвоению и запоминанию, т.к. зрительный канал восприятия, в сочетании со слуховым, играют гораздо более значительную роль в усвоении информации, по сравнению толка с использованием слухового канала. Подтверждением этому является я «крылатое выражение»: «Скажи мне, и я забуду, покажи мне, и я запомню, сделай со мной – и я научусь!». Важно просмотре телевизионных передач на уроке и в процессе внеклассной работы превратить в совместную деятельность детей и учителя – с живым обсуждением, викторинами, конкурсами, работой в мини-группах и командах.
3. Просмотр специально-разработанных учебно-познавательных телепередач позволяет смоделировать сложные объекты и явления, к примеру, в интересной форме представить географические и исторические сведения.
4. Поиск и отбор интересной информации в сети интернет с последующим ее предъявлением в ходе учебно-воспитательного процесса, способствует развитию творческих способностей ребенка, развивает его коммуникативные навыки, ораторские способности.
5. Грамотное использование информационных средств на уроке способствует повышению общей информационной культуры у детей, учит находить нужную информацию и правильно пользоваться и «отсеивать» ненужную, вредную информацию.

На основании анализа литературы по проблеме исследования, а также по результатам проведенного эмпирического исследования детей школьного возраста, были предложены следующие рекомендации:

1. В первую очередь, детям, у которых наблюдается склонность к проявлению интернет-зависимости и зависимости от телевидения, следует ограничить время пребывания в сети и перед телевизором, установить временные рамки и строго их соблюдать, под контролем родителей.
2. Следует соблюдать режим дня, больше проводить время на свежем воздухе, заниматься своим хобби.
3. Для детей младшего школьного возраста необходимо заменить чтение новостей в интернете чтением интересных книг.
4. Если зависимость от пребывания в сети интернет слишком велика, вероятно, потребуются работа с психологом по преодолению зависимости, а также сопутствующих ей замкнутости и внутренней конфликтности, личностных комплексов.
5. Для повышения самооценности личности и снятия внутренних противоречий следует чаще хвалить детей неуверенных в себе, создавать для них ситуацию успеха, привлекать к общественно-полезной деятельности в реальной жизни, а не в сети интернет.
6. Для детей необходимо организовать время таким, чтобы именно в реальном мире, а не в виртуальном, происходила стимуляция психической активности, направленной на взаимодействие с людьми в реальном мире: поиск новых увлечений, новых открытий.
7. Возможно установление внешнего контроля: паролей, таймеров, ограничений при непреодолимом желании посещения игровых сайтов. Важно четко контролировать те игры, в которые играет ребенок.
8. Использовать положительные ресурсы сети интернет. Отдавать предпочтение развивающим играм, образовательным порталам и сайтам.

Важна целенаправленная работа учреждения образования по воспитанию у детей компьютерной культуры, повышению их медиаграмотности.

Медиаобразование - новое направление в современной педагогике, выступающее за изучение школьниками закономерностей массовой коммуникации (пресса, телевидения, радио, кино, видео и др.) [10].

Оно ставит перед собой следующие цели и задачи:

- 1) обучение восприятию и переработке информации, передаваемой по каналам СМИ;
- 2) развитие критического мышления, умения понимать скрытый смысл сообщения, противостоять манипулированию сознанием со стороны СМИ;
- 3) включение внешкольной информации в контекст общего базового образования, в систему формируемых в предметных областях знаний и умений;
- 4) формирование умений находить, передавать, готовить и принимать требуемую информацию, в том числе с использованием различного технического инструментария.

Цели медиаобразования ориентированы на приобретение учащимися знаний о коммуникациях и СМИ, адекватное понимание медиатекстов, использование средств коммуникации для творческого самовыражения.

Медиаобразовательные требования, умения, показывающие готовность школьника к дальнейшей работе с информацией и жизни в высокотехнологическом обществе, включают в себя:

- знание терминологии СМИ;
- умение пользоваться программными средствами, поисковыми системами и каталогами; целенаправленно находить нужную информацию; сохранять информацию и использовать ее в повседневной жизни; перерабатывать и представлять информацию;
- повышение уровня социальной активности.

Медиаобразование является одним из способов индивидуальной информационной защиты. Если человек обучен целенаправленному поиску информации, то он работает с ней осознанно, а не спонтанно. В этом случае полнее раскрывается потенциал информации и выше ее действенность. Освоение инструментальных и медиаобразовательных навыков поднимает человека на новый уровень

информационных и интеллектуальных возможностей.

В рамках медиаобразования необходимо систематически работать со специалистами в сфере СМИ, то есть с журналистами, руководителями прессы и телевидения, чтобы избежать ситуаций, когда учителя говорят в чисто умозрительном плане о том, чего сами толком не знают и не понимают. Нам также представляется важным узнать от самих журналистов, что конкретно они предпринимали, чтобы получить ту или иную информацию, каковы условия их работы в организации.

Медиаобразование - это, скорее, образование, которое позволяет вам объяснить учащимся, какие средства коммуникации, медиа, как они функционируют, как создаются и распространяются сообщения, представляя совершенно особый тип реконструкции реальности. Таким образом, работа медиаобразования заключается, прежде всего, в том, чтобы дать учащимся возможность понять, как средства массовой информации влияют или, наоборот, не влияют на их восприятие реальности и как они сами могут способствовать построению этой реальности.

Работа в области медиаобразования также заключается в объяснении того, какие компании производят информационные продукты и как они работают. Очень важно объяснить детям, что одни средства массовой информации по той или иной причине отличаются от других. Важно показать, что реальность всегда разная, и это наглядно демонстрируют СМИ. Школьники должны понимать, что это относится ко всем социальным явлениям. Необходимо продемонстрировать, что существует плюрализм идей, мнений, позиций и его нужно уважать. Это еще одна плоскость соприкосновения медиаобразования и гражданской позиции образования.

Другой важной областью медиаобразования является понимание реконструкции реальности, то есть того, какие «коды» используются в прессе, на радио, телевидении и почему изображение, «изображение» представляет реальность совершенно иначе, чем печатное слово. Сложность в том, что новое поколение родилось с телевидением, поэтому печатный текст больше не является для них приоритетом при получении базовой информации. Создание детьми и подростками средств общения играет особую роль, поскольку позволяет им лучше понять, как дети воспринимают реальность, что они видят, какую позицию они занимают по отношению к своей повседневной жизни и различным событиям.

В работе по медиаграмотности вы должны думать о том, что называется восприятием. Что запоминают и понимают дети, когда смотрят телешоу, когда

читают статью в газете, когда слушают радиопередачу? Что именно не ускользает от их внимания, как эта информация интегрируется в структуру его личности, как эта информация влияет на его отношение к миру? Необходимо регулярно определять уровень понимания детьми того или иного события, чтобы узнавать, что конкретно школьники узнают из СМИ.

В условиях школьного медиаобразования у учащихся усиливается мотивация, развиваются их речь, память, системное мышление, а также творческие и коммуникативные навыки, то есть общекультурные навыки, называемые общеобразовательными. При этом достигаются личные цели медиаграмотности.

Учащийся должен критически относиться к точности предлагаемой информации, анализировать и проверять ее, прежде чем запоминать.

Важно развивать у школьников необходимые навыки пользователя в области медиа (например, использования компьютера и электронной почты). Однако современные учебные пособия следует использовать в сочетании с традиционными методами обучения.

При внедрении в школе курса «Медиакультура» и организации школьной газеты можно использовать следующие методы оценки достижений обучаемых:

- 1) проведение среди школьников, участвующих в проекте, социологических опросов или анкетирования, связанных с интересом обучаемых к медиаобразованию, желанием и возможностью приобрести знания, относящиеся к медиаобразованию;
- 2) наблюдения руководителей проекта за поведением школьников;
- 3) творческие работы обучаемых;
- 4) «Ассоциативные тесты», когда обучаемым предлагается перечень понятий из сферы медиаобразования с просьбой написать к каждому понятию слова, связанные с ним ассоциативно.
- 5) использование средств оценки, способных формировать личностную рефлексию обучаемых. Например, написание творческих и просто отчетов по итогам определенного периода обучения, в которых содержится самонаблюдение, самостоятельная оценка достигнутых результатов и описание впечатлений от работы.

Было бы очень полезно предложить учащимся завести своего рода психологический или творческий дневник, в который бы вносились конспекты занятий, различные выписки из прочитанной литературы, цитаты, впечатления по поводу работы в рамках проекта.

Выбор конкретных форм работы зависит от творческой фантазии преподавателя и материально-технической базы, находящейся в его распоряжении.

Можно использовать следующие идеи:

- 1) предоставить классу создать свой собственный фильм по мотивам популярного детского мультсериала. Дети пишут сценарий, играют роли, придумывают трюки и спецэффекты, участвуют во всех этапах съемки и монтажа;
- 2) провести конкурс киносценариев среди школьников и издать их в виде отдельной книги или брошюры;
- 3) разработать учебно-методический курс, который бы включал в себя видеокассету с фрагментами популярного молодежного или детского сериала, брошюру с его подробным разбором и комплект бланков и раздаточного материала для анализа школьниками фильма, героев и сюжетов;
- 4) предложить ученикам создать свой фильм о жизни или истории школы, осуществить небольшое исследование с помощью камеры;
- 5) после просмотра программы (фильма) практиковать написание свободного текста об ощущениях, мыслях, эмоциях, возникающих в процессе просмотра. В этом задании нет вопросов, предварительно заданных преподавателем, что способствует формированию личной рефлексии;
- 6) использовать традиционные психологические игры и тренинги в сочетании с современными техническими средствами.

Например, объединение конфликтологии, компьютера и Интернета. Одновременно с психологическими тренингами, направленными на снижение агрессивности и поиск путей бесконфликтного общения, можно вести обучение целенаправленному поиску информации в Интернет по разрабатываемой теме. Результаты и полученный опыт дети оформляют в виде своей WEB-странички или небольшого сайта, которые публикуются в Интернет;

7) учитель литературы может дать задание рассмотреть жанрово-стилистические особенности сетевой литературы;

8) написать сочинение или реферат с использованием информации из Интернет, со сканированными таблицами и другими иллюстрациями;

9) выпустить школьную газету с помощью компьютера, где все делается самими ребятами. Работа с учащимися в рамках данного курса должна вестись не только в области работы с информацией, но и включать в себя ряд психологических упражнений и тренингов. Эти упражнения должны способствовать выработке умений работать с информацией.

Психологическая работа в рамках предлагаемого курса должна проводиться в таких областях, как развитие у студентов уверенности в себе, развитие коммуникативных навыков, способности «слышать» других, что должно в значительной степени способствовать развитию понимания истинного направления и содержание информации. Кроме того, необходимо работать над развитием способности выступать перед аудиторией, что должно не только развивать память, мышление и способность последовательно выражать мысли, но и помогать улучшать успеваемость.

Основная цель курса - помочь школьникам понять себя, научиться работать над собой, развиваться и искать в окружающей действительности то, что может способствовать этому.

Таким образом, у семьи и школы есть огромные возможности помочь новому поколению подготовиться к жизни в современном высокотехнологичном обществе, где информация является одной из самых важных и важных категорий. Обучать детей и подростков работе с информацией непосредственно в семье и в школе - значит освободить их от возможного вредного влияния СМИ и средств массовой информации на их сознание. Таким образом, можно будет заставить человека манипулировать информацией, полученной из СМИ, а не наоборот. Человек, подверженный нежелательному влиянию СМИ, должен быть надежно защищен от возможных негативных воздействий, но в то же время он должен уметь активно использовать огромный информационный потенциал современных СМИ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире мы постоянно сталкиваемся со средствами массовой информации. Они настолько прочно вошли в нашу повседневную жизнь, что без них трудно представить существование. Бурное развитие информационных технологий, начавшееся в середине 20 века, заложило основу для формирования совершенно нового типа общества - информационного. СМИ занимают особое место в развитии общества. В современном мире СМИ взяли на себя значительную часть функций по формированию сознания людей, обучению их вкусам, взглядам, привычкам и предпочтениям. Благодаря возможностям СМИ человек может познакомиться с самыми разнообразными проявлениями общественной жизни, составить о них определенное представление. СМИ могут иметь особенно сильное влияние на формирование личности несовершеннолетнего.

Информация, распространяемая СМИ, чаще всего состоит из историй банкиров, преступников, убийц, супермоделей. Самые популярные программы - развлекательные и игровые. Они не учат думать, тонко чувствовать, они пробуждают в человеке мерзкую, разрушительную, животную природу, а не возвышенную, нравственную, духовную.

Говоря о влиянии СМИ на школьников, необходимо прежде всего отметить их информативную и воспитательную роль, благодаря которой предоставляется очень разнообразная, противоречивая и бессистемная информация о типах поведения и образа жизни людей в различных социальных слоях, регионах, странах. . приобретенный.

СМИ - это фактически система неформального образования, просвещающая различные слои населения. В качестве источника информации и образования молодые люди все активнее используют СМИ.

Несомненно, влияние СМИ на формирование нравственных представлений очень велико. Эффективная защита школьников возможна только при единстве семьи, учителей и государственного влияния, направленного на полную кибербезопасность детей. Для более эффективного регулирования влияния СМИ на детей мы подготовили рекомендации для учителей и родителей по регулированию и контролю влияния СМИ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Влияние средств массовой информации на формирование личности детей и подростков [Электронный ресурс] — Режим доступа:

- <http://mirznanii.com/a/174023/vliyanie-sredstv-massovoy-informatsii-na-formirovanie-lichnosti-detey-i-podrostkov> (дата обращения: 15.02.2021).
2. Грушина, А. А. Влияние СМИ на личность подростка / А. А. Грушина, М. В. Данилова // Молодой ученый. — 2018. — № 3 (189). — С. 162-164.
 3. Гундарова, И. О последствиях восприятия телевизионной информации младшими школьниками / И. О. Гундарова // Воспитание школьников - 2016. - № 9. - С.49-53.
 4. Дроздов, А. Ю. «Агрессивное» телевидение: социально-психологический анализ феномена / А. Ю. Дроздов // Социологические исследования. — 2014. — № 8.
 5. Дубинина, Т. М. Дети в Интернете / Т. М. Дубинина // ИКТ в образовании. - 2018. - № 14. - С. 4-5.
 6. Жилавская, И. В. Влияние СМИ на молодежь. Социологическое исследование // Медиаобразование: от теории к практике: Сб. материалов Всеросс. научн.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». Томск, 20–21 ноября 2017 / Сост. И. В. Жилавская. — Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2017.
 7. Зазнобина, Л.С. Медиаобразование в школе: Как же выжить в мире СМИ / Л. С. Зазнобина // Лаборатория ТСО и медиаобразования РАО [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.mediaeducation.ru/publ/zazn1.shtml. (дата обращения: 15.02.2021).
 8. Зелинский С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание — СПб. Скифия. 2008. 416 с.
 9. Исаков, С. А. Негативное воздействие СМИ — условие, способствующее преступности несовершеннолетних / С. А. Исаков // Актуальные задачи педагогики : материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель 2016 г.). — Чита : Издательство Молодой ученый, 2016. — С. 3-6.
 10. Катышева, Е.Н. Медиаобразование в формировании правосознания подростков и младших школьников / Катышева, Е.Н. // Цифровое кочевничество как глобальный и сибирский тренд: сб. материалов третьей Международной трансдисциплинарной научно-практической WEB-конференции «Connect-Universum-2016» - 2016г. - Режим доступа: <http://connect-universum.com/index/newall/?language=english> (дата обращения: 15.02.2021).
 11. Лукашенко, И. А. Влияние средств массовой информации на нравственное развитие младших школьников / И. А. Лукашенко // Приволжский научный вестник. - 2016. - №2. - С. 54-58.
 12. Лукьянова, А. А. Способы воздействия средств массовой информации на нравственное воспитание подростков / А. А. Лукьянова // Научное сообщество

- студентов XXI столетия. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XX междунар. студ. науч.-практ. конф. — Новосибирск: Изд. «СибАК». – 2014. – № 5 (20). – С. 112-117.
13. Матвеева Н.А. Влияние телевидения на формирование ценностных ориентаций подростков и пути преодоления его негативных последствий. // Научная библиотека диссертаций и авторефератов, 2016. – 254 с.
 14. Нестерова, И.А. Средства массовой информации, виды, функции, роль и влияние / И. А. Нестерова // Энциклопедия Нестеровых. [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://odiplom.ru/lab/sredstva-massovoi-informacii-vidy-funkcii-rol-i-vliyanie.htm> (дата обращения: 15.02.2021).
 15. Симоненко, В.Д. Современные педагогические технологии : Учебное пособие / В. Д. Симоненко, Н. В. Фомин. – Брянск: 2016. – 150 с.
 16. Смеюха, В. В. Теория и практика массовой информации: учеб.пособие / В. В. Смеюха.– Ростов-на-Дону: ФГБОУ ВПО РГУПС., 2016. – 87 с.
 17. Средства массовой информации России: Учеб. пособие для студентов вузов / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова и др.; Под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Аспект-Пресс, 2016. — 213 с.
 18. Тест на зависимость от телевидения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://azps.ru/tests/kit/kit1000.html> (дата обращения: 15.02.2021).
 19. Шарова, Н. В. Общая психология: Психология личности: Ярославский государственный педагогический университет имени К. Д. Ушинского / Н. В. Шарова. – Ярославль: [Изд-во ЯГПУ], 2017. – 79 с.
 20. Юрчик, Р. Ю. Полярность психологического воздействия средств массовой информации на развитие современной молодежи / Р. Ю. Юрчик, О. М. Назарова // Молодой ученый. — 2017. — № 13 (147). — С. 217-219.