

## **Содержание:**

# **ВВЕДЕНИЕ**

В 21 веке невозможно представить воспитание ребенка без средств массовой информации или телевиденья. Это наиболее доступные и популярный способ информирования и развлечения. Многие исследователи высказывают свои мнения о влиянии средств массовой информации и телевиденья на развитие школьников, их поведение и сознание. Практически у каждого современного ребенка есть смартфон, телевизор или компьютер с доступом в интернет, и они тратят огромное количество времени проводя там.

Благодаря современной технике, информация, которая передается через нее, помогает прививать новые модели поведения. Любая информация, способна в кратчайшие сроки проникнуть в любую социальную среду.

Такие большие возможности средств массовой информации вызывают необходимость изучать, как они влияют на подрастающее поколение.

Целью написания курсовой работы является изучение и анализ влияния средств массовой информации и телевиденья на детей школьного возраста.

Задачами выполнения курсовой работы являются:

- Изучить стороны влияния средств массовой информации и телевиденья на детей школьного возраста.

- Подобрать тест-опросник, для выявления влияния современных СМИ на воспитание учеников.

- Выявить позитивные и негативные стороны влияния средств массовой информации и телевиденья.

Объектом данного исследования является процесс воспитания и развития детей школьного возраста.

Предметом исследования является влияние средств массовой информации и телевиденья на воспитание и развитие школьника

Для раскрытия избранной темы я использовала совокупность методов исследования: теоретические методы - анализ психолого-педагогической и другой научной литературы, анализ результатов проведенных опросов, методы статистического и сравнительного анализа, методы сбора и обработки информации; и эмпирические методы - беседа, анкетирование.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

# **1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЛИЯНИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ВОСПИТАНИЯ И РАЗВИТИЯ ДЕТЕЙ ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА**

## **Виды средств массовой информации**

Средства массовой информации (СМИ) - совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств.[\[1\]](#)

Раньше человек владел четырьмя видами коммуникаций- устной речью, музыкой, живописью и письменностью. Со временем средств получения информации становится больше . В XV веке появляется печатная книга, в XVII - газеты и журналы. В XIX веке начинается новый революционный этап - изобретены фотография, радио, телефон, кино, грамзапись. В XX веке широко распространяются телевидение, магнитопись, видео, факсимильная связь, компьютерные системы, оперативная полиграфия (ксерокс и т. д.). Причем, к концу XX века на первое место вышли электронные средства массовой информации, значительно потеснив письменные.

К СМИ относятся:

1) печатные продукция: журналы, газеты, справочники, листовки, рекламные щиты, бюллетени.

2) электронные :радио, телевидение, Интернет

3) информационные агентства.[\[2\]](#)

Отличительные черты СМИ:

1) публичность, т.е. неограниченный круг пользователей;

2) наличие специальных технических приборов, аппаратуры;

3) непостоянный объем аудитории, меняющейся в зависимости от проявленного интереса к той или иной передаче, сообщению или статье.[\[3\]](#)

Рассмотрим функции, которые выполняют средства массовой коммуникации в обществе, какие его потребности и потребности личности они удовлетворяют и каким образом. Рассмотрение этих функций и сравнение их провозглашаемой направленности и целей с теми, которые реализуются в повседневной жизни, поможет в понимании возможностей их воздействия на психику человека. [\[4\]](#)

Функции СМИ можно разделить на три основные группы:

- удовлетворяющие потребности человека ;

- удовлетворяющие потребности определенных социальных групп и человека как члена группы;

- удовлетворяющие потребности общества в целом как целостной социальной системы и соответственно человека как члена общества.

В связи с тем, что средства массовой информации имеют публичный и массовый характер, они должны, удовлетворяя потребности общества в целом и различных социальных групп, вызывать интерес и у значительных массовых аудиторий, состоящих из вполне конкретных людей, которые обладают собственными желаниями, потребностями, интересами. Иными словами для того, чтобы реализовать свои социальные функции по обслуживанию интересов общества в целом и различных социальных групп, массовая коммуникация должна учитывать потребности и психологические особенности людей. В противном случае сообщения, передаваемые средствами массовой информации, будут не поняты или не приняты аудиторией. На основе имеющихся в настоящее время данных и их обобщения, возможно, выделить три основные потребности человека, заставляющие его обращаться к СМИ:

- потребность в информационной связи с окружающим миром и, соответственно, в постоянном притоке информации.
- потребность в развлечениях и, в некоторой мере похожая на нее, но не совпадающая полностью с ней,
- потребность в отвлечении (уходе от повседневных дел и обыденности окружающей жизни).

При реализации потребности в отвлечении человек может смотреть телепрограммы, слушать радиопередачи или читать газеты, которые не вызывают у него интереса, а помогают уйти, психологически изолироваться от окружающей обстановки (например, в очереди, в длительных поездках, в ситуациях психоэмоциональной напряженности и т.д.).

Удовлетворение потребности в развлечении помогает иногда эмоционально разрядиться, преодолеть психоэмоциональную напряженность (психические состояния негативного характера), получить определенную психоэмоциональную "стимуляцию" для последующей активной повседневной деятельности при условии, что удовлетворение данной потребности не становится доминирующей целью и смыслом деятельности человека и, соответственно, основной и подавляющей функцией времяпровождения.

Потребность в постоянной информационной связи и постоянном притоке информации из различных средств массовой коммуникации необходима человеку для реализации следующих целей:

- ориентировки в современной ситуации и социальной среде, а в более широком плане - социализации в обществе (усвоения индивидом ценностей, норм, установок, образцов поведения, присущих данному обществу);
- развития общего кругозора, по сути, заменяющего процесс систематического обучения и получения общего образования, повышающего интеллектуальный уровень личности в целом;
- решения повседневных практических проблем (где купить необходимое, куда поехать отдыхать, как починить автомобиль, как ухаживать за садовыми растениями и т.п.).
- повышения профессионального уровня (за счет специализированных периодических изданий и других средств массовой коммуникации). [6, с.54]

Таким образом, можно выделить следующие функции СМИ, которые представлены в таблице 1

Таблица 1.1 Функции СМИ

## Содержание

### Наименование функции

Коммуникативная	Установление контакта
Непосредственно - организаторская	Отражение роли СМИ как «четвертой власти» в обществе.
Идеологическая (социально - ориентирующая)	Оказание влияния на мировоззренческие основы и ценностные ориентации общества ,на самосознание людей их идеалы и стремления, включая мотивацию поведения.
Культурно-образовательная	Участие в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей , воспитание людей на образах общемировой культуры .
Рекламно - справочная	Удовлетворение утилитарных запросов в связи с различными увлечениями разных слоев общества .
Рекреативная	Создание условий для развлечения, снятия напряжения, получения удовольствия.

Существуют приемы, удерживающие зрителей у экранов телевизоров, компьютеров и т.д. Вот некоторые из них, часто используемые в зарубежных мультфильмах (в особенности японского и американского производства) способные

ввести зрителя в состояние гипноза:

а) создание яркого видеоряда с целью образования определенного светового ощущения, и чем оно сильнее, тем сильнее к нему приковывается и внимание, а за вниманием и психика школьника;

б) такое же замечание следует отнести и к звуковым эффектам;

в) новизна и необычность также привлекает к экрану ребёнка, потому что по закону движения и устремления психических процессов монотонность вызывает отвращение;

г) показ крупным планом лица героя является особо действенным фактором гипнотизации, потому что, смотря на человеческое лицо, телезритель сразу проникается к нему симпатией или отвращением, и, следовательно, глядя на симпатичное, располагающее лицо, он невольно остановит свое внимание на телеэкране.

д) эффекты быстрой вспышки, громкого звука, после которых резкое возбуждение нервной системы быстро сменяется торможением. Этот метод можно наблюдать как в детских мультфильмах, так и в различных рекламных и программных заставках, а также в теле- и кинофильмах.

е) Прерывание программ на самом трагическом месте побуждает зрителя с нетерпением ждать следующей серии, что делает его заинтересованным и, вследствие этого, открытым для нового сеанса внушения.

ж) Видео - компьютерные спецэффекты мгновенно вторгаются в психику, вызывая ее частичное разрушение с целью внушения или изменения психических процессов.

з) Еще в начале XX века ученый В. М. Бехтерев открыл определенный набор сигналов и мелодий, которые открывают вход в подсознание человека. Следует сообщение, которое независимо от человека хорошо откладывается в его памяти. А после - снова мелодия, которая уже закрывает вход в подсознание нежелательной внешней информации.

и) Телевизионная съемка и последующий монтаж могут создать идеальное событие, идеального человека, идеальное государство, и наоборот, т.е. можно обратить правду в ложь, ложь в правду.

Перечисленные методы гипнотического воздействия на человека широко используются во всем мире. Очень важной проблемой при рассмотрении влияния телевидения на массы являются дети. А дети из-за отсутствия у них полного осознания границ реальности, все события, которые происходят перед их глазами, воспринимают как настоящие.[\[5\]](#)

## **Влияние средств массовой информации на детей школьного возраста**

Средства массовой информации - технические средства создания записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения информации для массовой аудитории. Такие факторы как телевидение, видео, компьютеры и прочие средства массовой информации, предоставляя разнообразную информацию в наглядном изображении, громадному числу людей обладают огромным воспитательным потенциалом. По мере развития спутниковой связи, информационных технологий, Интернета средства массовой информации становятся важным фактором воспитания подрастающих поколений.

Средства массовой информации оказывают неоднозначные влияния на сознание и поведение школьников, их взаимоотношения. Влияние средств массовой информации на школьников в процессе их развития отражается в их стремлении к активному подражанию киногероям, в богатстве воображения и чутком восприятии наблюдаемых событий. Склонность подростка к фантазии, замене реальной жизни воображаемыми событиями в которые он сам начинает искренне верить, так же небезобидны, что становится фактором часто возникающих проблем в социализации.

Рассматривая средства массовой информации как фактор социализации, надо иметь в виду, что непосредственным объектом воздействия потока их сообщений является не столько отдельный индивид, сколько сознание и поведение больших групп людей. Которые составляют аудиторию того или иного конкретного средства массовой информации - читателей одной газеты, слушателей определенной радиостанции, зрителей тех или иных компьютерных сетей. Центральные газеты, радио "Россия", кабельное телевидение, многочисленные сельские и районные газеты, телекомпании, которые передают свои программы на весь мир - все это позволяет рассматривать средства массовой информации как факторы воспитания. Школа должна учитывать тот факт, что современные школьники более активны,

ориентированы на индивидуализм, на личные потребности, более самостоятельны и в то же время сильно подвержены влиянию массовой культуры. Они погружены в искусственный мир, созданный средствами массовой информации, где они могут проголосовать с помощью SMS, смотреть сотни телевизионных каналов.

Наиболее распространенной формой нравственного воспитания остается этическая беседа, которая строится чаще всего как монолог учителя, его рассуждения на нравственные темы, как ответ учащихся на заранее известные им вопросы типа «Что такое хорошо и что такое плохо?» Такие беседы, как правило, не задевают внутренние установки учащихся, не создают ситуации переживания, переосмысливания этической информации. Таким образом, проблема отставания практики нравственного воспитания от его теории, сформулирована еще в советское время, и актуальна сегодня.

Воздействие средств массовой информации на развитие школьника сегодня крайне противоречиво: с одной стороны, происходит расширение кругозора и любознательности, но и, с другой стороны, можно отметить растущее влияние компонентов, которые негативно сказываются на воспитании. Как известно, средства массовой информации - это распространение информации, ориентированной на восприятие различными группами людей.

Представляется целесообразным отметить тот факт что, в наше время большое количество ученых и педагогов исследуют проблему влияния средств массовой информации на подрастающее поколение.

В наше время интернет становится самым развитым и более доступным средством информации. Сейчас у каждого школьника есть доступ к интернет дома на компьютере или же на смартфоне. Он очень удобен, это и средство развлечения, и средство доступа к миру информации. Уже с младшего возраста ребенок может играть в простые игры. А в 8-12 лет дети становятся наиболее активны в Интернете, у них уже складывается комплекс интересов, и в сети они смотрят и ищут то, что им интересно, но интересное это не всегда полезное. Уже в этом возрасте часто заводят свои персональные интернет-странички, некоторые ведут дневники-блоги. По сети они общаются как с одноклассниками, так и с виртуальными друзьями.

Плюсы Интернета состоят в том, что сеть предлагает образовательный и полезный опыт, правильное использование которого может улучшить их успеваемость в школе или институте, для саморазвития. Но и здесь есть свои недостатки, такие

как неточные данные, а также неподходящие для детей и подростков в области информации. Существуют сайты, посвященные порнографии, пиротехнике, суициду, обсуждению действия тех или иных наркотиков.

Отсюда может последовать увлечение всеми этими угрожающими их здоровью вещами. Встреча с опасными людьми в чатах или других областях. По статистике, это самый большой риск. Подростки могут войти в такие не желательные для них компании, как радикальные политические группы, сатанинские культы.

Вовлечение в азартные игры. Даже простые игрушки наносят непоправимый вред, занимая у ребенка подавляющую часть времени, отвлекая его от занятий и спокойного отдыха, вредя психическому и физическому здоровью. Виртуальное пространство способно, как минимум, серьезно повлиять на развитие ребенка и формирование его мировоззрения. А как максимум - нести угрозу здоровью и даже жизни. Поэтому ценны любые усилия, направленные на то, чтобы сделать Интернет более безопасным для детей.

Появляется интернет - зависимость, которая несет за собой огромные негативные последствия. В одной из своих лекций профессор Осипов А.И сказал о СМИ: «Средства массовой информации всё-таки разные, есть достаточно чистые и положительные, но чаще всего мы видим, что СМИ носят развращающий характер. Ни одно впечатление, которое мы воспринимаем, неважно внутренние или внешние, не исчезает из нашего подсознания. Человек представляет собой компьютер с бесконечной памятью. Но информация не просто сохраняется, а создает потенциал духовный, в душе человека, который действует на сознание, на чувства, на все деяния человека. Вот пример, вдруг неожиданно у Вашего ребенка плохое настроение, Вы спрашиваете, в чём дело. Но ребенок не может ответить. В школе есть успехи, не болен, в семье без конфликтов, но на душе у ребенка тоска. А всё дело в том, что СМИ вкладывают в детей гадость, которая давит на них и влияет тем самым на их настроение».

На телевиденье сейчас стало попроще, есть куча каналов которые разграничены по своей аудитории например появилось много детских каналов, научных, религиозных, политических, так же как и то что показывают: программы, фильмы, мультфильмы, телешоу различаются возрастным ограничением. На примере телевиденья можно обозначить комплекс проблем, которые стали особенно острыми: Усиление воздействия рекламы на воспитание личности. Вытеснение «взрослой» субкультурой детской субкультуры, снижение количества и качества передач для подростков. Вытеснение отечественной культуры созданной для подростков, доминирование далеко не лучших образцов западной массовой

культуры. Снижение художественного и интеллектуального уровня ряда передач для подростков.

В наше время особой остроты обрела проблема телевизионного насилия. Практически во всех современных сериалах, фильмах, и даже мультфильмах существует насилие. Термин "телевизионное насилие" давно используется в научном лексиконе и объединяет в себе демонстрацию нанесения повреждения или ущербов персонажам телевизионных программ или фильмов. Доклад Национального института психического здоровья о воздействии телевидения на поведение 1983года, представлял собой обзор научных исследований по проблеме телевизионного насилия. Была обнаружена очевидная связь между просмотром сцен насилия и последующими проявлениями агрессии у детей и подростков. "Конечно, не все дети становятся агрессивными, но взаимосвязь между насилием и агрессией не вызывает никаких сомнений. В абсолюте телевизионное насилие так же непосредственно связано с агрессивным поведением, как и любая другая изменяемая поведенческая характеристика, которую когда-либо изучали"

Помимо негативного влияния СМИ на поведение школьников, ученые также выделили несколько позитивных моментов:

-СМИ держит детей в курсе всех происходящих событий, таким образом, удаляя "информационный голод" средства массовой информации повышает общую, в том числе и политическую культуру населения;

-СМИ служит для взаимного информирования властей и населения;

-СМИ снимают социальную напряженность.

В нашем веке появилось также и огромное количество различного рода прессы, в которую входят газеты, журналы и так далее. Но интерес в чтении прессы обычно происходит у старших школьников, так как в них печатают информацию о последних трендах в моде, новости шоу-бизнеса, гороскоп, тесты, анекдоты и так далее.

Рассматривая средства массовой информации как фактор социализации, надо иметь в виду, что непосредственным объектом воздействия потока их сообщений является не столько отдельный индивид, сколько сознание и поведение больших групп людей.

Современными исследователями ведутся многочисленные споры о влиянии СМИ на подростковое развитие и поведение. В настоящее время принято рассматривать три широко известные теории о влиянии СМИ на развитие подростков и их поведение: ) так называемая культивирующая теория утверждает, что убеждения подростков очень сильно формируются средствами массовой информации. Например, культивирующая теория считает, что если подростки смотрят рекламу пива во время просмотра футбола, они тогда под этим влиянием пьют пиво; подростки выбирают средства массовой информации, которые соответствуют их интересам, и, таким образом, подростки, которые пьют пиво, скорее всего, будут смотреть футбол и подвергаться воздействию и влиянию рекламы пива; практическая медиа-модель вращается вокруг идеи о том, что предпочтение и воздействие средств массовой информации являются взаимными, и, что подростки выбирают те средства массовой информации, которым они подвергаются, а также интерпретируют их, таким образом, выбирая насколько они воздействуют на них.

**ВЫВОД:** Таким образом, педагог, обратившись к проблеме влияния масс-медиа на молодежь должен изучать способы уменьшения влияния негативного рода информации. Иначе у нашего нового поколения сформируются неправильные ценностные установки и будет грустно смотреть на их образ жизни. Здоровый образ жизни, высокий реализованный интеллектуальный потенциал, глубина доброй морали должны, в первую очередь, характеризовать наше молодое поколение.

Известна большая роль средств массовой информации в воспитании детей и подростков. Современные средства массовой информации несут исключительно многообразную, многоплановую информацию без учета особенностей аудитории. Активно внедряется в быт современной семьи видеотехника с ее многообразными информационными возможностями, различные гляцевые журналы, с большим количеством фотографий и информации.

## **2 ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СМИ И ТВ НА ДЕТЕЙ ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА**

### **2.1 Организация и проведение исследования**

Как мы уже поняли СМИ и ТВ может как положительной, так и отрицательной чертой влияния на детей школьного возраста. В данной теме огромную роль играет воспитание ребенка, его готовность к адекватному восприятию информации, влияние педагогов и родителей на нравственное воспитание. При таком комплексе возможно усилить положительное влияние СМИ и ТВ и минимизировать отрицательное влияние.

Цель исследования: Выявление положительного влияния средств массовой информации на процесс воспитания.

Задачи:

1. Исследовать положительное воздействие средств массовой информации на подростков.
2. Обобщить результаты исследования о влиянии средств массовой информации на подростков
3. Разработать рекомендации по нейтрализации и предотвращению негативного воспитательного влияния СМИ на подростков.

Выборка:

Для исследования о влиянии средств массовой информации на процесс воспитания я выбрала для опроса 84 человек от 12-13 лет. Это учащиеся 7 класса школы № 12 г Кунгура.

Методы, используемые в исследовании:

Метод анкетирования — психологический вербально-коммуникативный метод, в котором в качестве средства для сбора сведений от респондента используется специально оформленный список вопросов — анкета. Анкетирование — опрос при помощи анкеты

Цель данного метода - получение информации о социальной группе, об отношении, к какому - либо явлению. В данном случае об отношении к средствам массовой информации.

Содержание анкеты: Содержание и количество вопросов зависит от цели исследования и формы опроса с учетом продолжительности связи с информаторами.

## 2.2 Представление результатов по каждому из вопросов анкеты

1. Какое из средств массовой информации вы предпочитаете?

На поставленный мною вопрос положительно ответили 76 человек, более 90% проголосовали за интернет. Остальные предпочли телевизор.

2. Следующий вопрос поставленный мною это: «Сколько времени вы проводите в интернете?»

Варианты ответов представлены в Таблице 2.1.

Таблица 2.1 Количество времени проведенного в интернете

От 1 до 2 часов 3

От 3 до 5 часов 5

От 6 и более 76

3. «Сколько времени вы проводите за телевизором?»

Результат ответов в Таблице 2.2.

Таблица 2.2. Количество времени проведенного за телевизором

От 1 до 2 часов 30

От 3 до 5 часов 44

От 6 и более 10

4. «Какие телепередачи вы смотрите?»

Результат ответов в Таблице 2.3.

Таблица 2.3.Виды телепередач

Развлекательные 69

Познавательные 15

Большинство детей школьного возраста смотрят развлекательные передачи по телевизору, смотрят познавательные передачи.

4. "Какой литературный жанр вы предпочитаете ?" спросила я у ребят ,на что они мне ответили: что в основном предпочитают фантастику ,приключения и немного детективов.

7. "Откуда люди получают основные представления о мире?"

Большая часть опрошенных ответили, что составляет ТВ и интернет. Некоторые считают, что информацию дают родители.

9. "Есть ли, по вашему мнению, положительные стороны у средств массовой информации?"

На этот вопрос 84 человек ответили положительно, что составляет 100 % опрошенных. Они считают, что средства массовой информации дают много нового и интересного об окружающем мире, о людях, животных. Можно благодаря средствам массовой информации расширять кругозор. Средства массовой информации - это один из основных источников информации и современный мир невозможно представить без них.

Т.е. все опрошенные считают, что средства массовой информации имеют положительные стороны, и они являются основными источниками информации.

Проведя это анкетирование мы выяснили , что они знают о средствах массовой информации, какого типа телевизионные передачи подростки смотрят и др.

По результатам анкет мы выяснили, что телевидение и интернет является не только главным источником информации о текущих событиях, но и, главным источником знаний о мире, представлений о жизни вообще.

Родителям необходимо следить за тем, временем, которое ребенок проводит перед телевизором, компьютером или смартфоном, постараться сделать его жизнь максимально разнообразной и интересной, наполнить ее новыми впечатлениями и занятиями. По возможности родители должны контролировать своих детей при просмотре телепередач и побуждать их критически оценивать увиденное. Они смотрят многосерийные фильмы, но также увлекаются просмотром познавательных программ. Подростки считают, что средства массовой информации на них влияют положительно.

Необходимые действия для организации положительного влияния средств массовой информации на процесс воспитания подростков:

-Создание многообразной информации для получения образования и самообразования.

-Усиление механизмов социального контроля над средствами массовой информации (видео, телевидение, компьютерная продукция и т.д.).

-Решение проблемы разработки критериев и механизмов проведения экспертизы продукции для подростков (печатной, видеопродукции, а также теле- и компьютерных программ и др.).

-Активизация воспроизводства и производства отечественной экранной и печатной культуры, продукции мультимедиа, основанной на идеях мира и толерантности;

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Степень влияние средств массовой информации очень высока. Дети предпочитают смотреть телевизор, заходить на различные сайты в интернете, вести свои страницы, жить в виртуальном мире. Большинство детей не получают достаточного нравственного воспитания, потому что СМИ не дают им этой возможности. Главной задачей СМИ является развлечение, которое не всегда носит положительный характер. Школьники впитывают всю отрицательную и негативную информацию, что часто отражается на их чувствах, смене настроения и приводит к тому, что дети часто конфликтуют с родителями, учителями и сверстниками.

Таким образом, исследование по проблеме влияния СМИ на нравственное воспитание школьников показало, что средства массовой информации занимают

огромное место в жизни каждого школьника и общества в целом. Телевидение, радио, пресса, Интернет стали основными источниками информации, формирующими внутренний мир детей. Если всего столетие назад внутренний мир людей формировался на основе их личного общения, профессиональной деятельности, путешествий, то сегодня совсем не нужно быть очень активным человеком, чтобы узнать новости с другой стороны планеты, незачем выходить из дома для общения с людьми. Сегодня каждый школьник изо дня в день использует различные виды СМИ, но чаще всего преобладают Интернет и телевидение. Особую тревогу вызывает факт воздействия современных средств массовой информации на молодое поколение. Влияние это в целом носит негативный характер. Это подтверждается и существующими исследованиями и в целом ситуацией в обществе. Волна насилия, захлестнувшая общество, рост немотивированной агрессии, разрушение традиционных общечеловеческих ценностей, отсутствие у молодежи нравственных ориентиров, духовных лидеров, снижение порога чувствительности - все это не в последнюю очередь обусловлено современным состоянием средств массовой коммуникации. Учителям требуется обратить на все эти факты особое внимание и уметь бороться с этой негативной информацией, научиться привлекать внимание детей, грамотно используя каждое из направлений СМИ. И в первую очередь дать им основы нравственности и морали пока еще не все подрастающие умы внедрились в себя весь шлак, который даёт им СМИ.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Асмолов А.Г. "Психология личности". - М., 1998.-с.15
2. Венгеров А.Б. "Информационная ситуация может способствовать как прогрессу, так и деградации общества" "Компьютер и право", №1, июнь 1994. С.: 36
3. Воспитание младшего школьника: пособие для студентов средних и высших педагогических учебных заведений, учителей начальных классов и родителей /сост. Л.В. Ковинько. - 4-е изд., - М.: Издательский центр "Академия", 2000. - 288 с.
4. Гальвецкий К.А. "О человеке, его умственных способностях и его воспитании" - М., 1938. - с.10.

5. Гундарова И. "О последствиях восприятия телевизионной информации младшими школьниками" // Воспитание школьников - 2005год. - № 9. - С.49-53.
6. Звонарева Л.У. Статья: "противостоять негативному информационному потоку".
7. Зазнобина Л.С. Медиаобразование в школе: "Как выжить в мире СМИ" // Народное образование, №1, 1999г.-с.27-30
8. Кон И.С. Социализация и воспитание молодежи \ Новое педагогическое мышление. М., 1989г.-с.49
9. Кон И.С. Психология ранней юности. М., 1989г.-с.56
10. Ливингстон С. Дети и медиа. [http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/livingstone 01.htm](http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/livingstone01.htm)
11. "Медиаобразование в школе: Как выжить в мире СМИ" // Народное образование, 2007. - № 2 С.234.
12. Мудрик А.В. "Социальная педагогика" - М.: Издательский центр "Академия", 2000. - 192 стр.
13. Массовая информация и общественное мнение молодежи. Киев. 1990г.-с.16
14. Реферат "Взаимодействие СМИ и аудитории" [htt: // www.socreferat. popal.ru](http://www.socreferat.popal.ru).
15. Российские подростки в информационном мире - Творческое объединение .Юн пресс, 1998г.-с.78
6. Тертычный Д. Голубой экран глазами ребенка // [http. izvestia/ru/media/article34473](http://izvestia.ru/media/article34473)
17. Чудинова В.П. Голубева Е. Что читают современные подростки // Воспитание школьников - 2004 год. - № 4. - С.38-43
18. Чудинова В.П. Социализация личности ребенка и медиа: острые проблемы // Школьная библиотека - 2004 год. - № 4 - с.40-46
19. Школьник Л.С. "О педагогических функциях массовой коммуникации // Влияние средств массовой коммуникации на интересы детей и молодежи": Сб. науч. Тр. - М., Изд-во АПН СССР, 1989. с.4.
- 20.<http://vsesochineniya.ru/sochinenie-na-temu-vospitannyj-chelovek.html>
21. <http://www.detskiysad.ru/ped/ped143.html>

1. <https://ru.wikipedia.org> ↑
2. Ливингстон С. Дети и медиа. "Медиаобразование в школе: Как выжить в мире СМИ" // Народное образование, 2007. - № 2 С.27 ↑
3. Кон И.С. Социализация и воспитание молодежи \\ Новое педагогическое мышление. М., 1989г.-с.79 ↑
4. Кон И.С. Психология ранней юности. М., 1989г.-с.21 ↑
5. Ливингстон С. "Медиаобразование в школе: Как выжить в мире СМИ" // Народное образование С.89 ↑