

Содержание:

Введение

Не подлежит сомнению тот факт, что средства массовой информации стали не только неотъемлемой частью культуры современного общества, но и важным институтом социализации личности. Одно из них, а именно телевидение обеспечивает возможность наглядно - образного восприятия, а значит и более сильного эмоционального влияния на индивида. Проблема влияния СМИ на сознание и поведение людей и последствий от его влияния занимает одно из важнейших мест в современной социальной педагогике и социологии. Над ней работают многие известные научные учреждения и организации за рубежом. Эта проблема стала актуальна и в нашей стране. Особенно актуальна проблема влияния ТВ в связи с ростом насилия в современном обществе. Возникла необходимость в изучении взаимосвязи содержания теле - и печатной продукции и агрессивного поведения ее потребителей, особенно детей и молодёжи.

Современная молодёжь уделяет большое внимание СМИ и особенно телевидению. Оно стало намного ярче и разнообразней. На ТВ появилось большое количество мультфильмов и кино зарубежного производства, которые благодаря своим спецэффектам воздействуют на подсознание и психику подростков, таким образом "привязывая" их к телеэкранам. На телевидении практически отсутствуют отечественные детские и юношеские познавательные передачи. Проблема ещё заключается в том, что многие родители не контролируют и не ограничивают просмотр телепередач своих подростков.

На прилавках газетных киосков также появилось большое разнообразие газет и журналов, которые стали доступны для детей разных возрастов. Во многом вся эта печатная продукция или "желтая пресса" рассчитана на определенный



круг потребителей, на более старшее поколение. Зачастую она несет в себе недостоверную или искаженную информацию, которая сказывается на восприятии подростками окружающего мира. Многие подростки имеют возможность выхода в Интернет, т.к. появилось большое количество Интернет-клубов, где они могут получить как полезную так и ненужную информацию, которая будет сказываться на их дальнейшем развитии. Одним из первых, кто затронул данную проблему, является А.А. Погоченков, который считает, что вся мощь коммерческих информационных каналов брошена на то, чтобы погубить доброго, отзывчивого, работающего человека и низвести его к уровню потребителя. Этот стереотип всячески называют нашей молодежи. И свидетельств тому, что подростков действительно стали уделять большое внимание средства массовой информации, особенно ТВ множество: это полупустые залы детских и юношеских театров, практически замороженная деятельность детских отделов концертных организаций, снижение количества художественного уровня познавательных передач радио и телевидения, практическое отсутствие прессы для подростков, трудный и длительный процесс поиска современного литературного героя и т.д.

Данное противоречие помогло сформировать проблему исследования, какими должны быть условия эффективного развития подростка под влиянием средств массовой информации? В этом заключается проблема исследования.

Цель исследования - сформировать условия эффективного развития подростка под влиянием средств массовой информации.

Объектом нашего исследования является процесс развития личности подростка.

Предметом исследования является средства массовой информации как социокультурный фактор развития личности подростка.

Гипотеза исследования: СМИ как социокультурный фактор развития личности будет позитивно влиять на развитие подростков при соблюдении следующих условий:

- . Контроль со стороны родителей и школы за потреблением СМИ;
- . Учет возрастных и индивидуальных особенностей подростков;
- . Индивидуальное приобщение подростка к СМИ, ограничение в общении с СМИ в случае необходимости.

Задачи исследования:

- Изучить литературу по проблеме исследования;
- Раскрыть психолого-педагогические основы влияния СМИ на развитие личности подростка;
- Выявить условия влияния СМИ на развитие личности подростка.
- Разработать методические рекомендации социальным педагогам и родителям.

Методы исследования:

- Анализ социально-педагогической литературы по исследуемой проблеме;
- Методы опроса: анкетирование, тестирование, беседа; педагогический эксперимент.

Этапы исследования:

1. Анализ литературных источников, подбор материала, определение научного аппарата исследования;
- . Разработка программы исследования и методики эмпирической проверки гипотезы;
 - . Анализ, систематизация и обобщение полученных результатов;
 - . Формирование основных теоретических взглядов и практических рекомендаций.

Глава I. Психолого-педагогические основы проблемы влияния сми на развитие личности подростка

1.1 Историографический анализ состояния исследуемой проблемы

Система образования - это система программирования и перепрограммирования общества. Считается, что именно в возрасте от 7 до 20 лет у среднего человека наиболее просто сформировать базовую платформу мировоззрения из основных достижений человечества. Конец XX века - это время информационного взрыва, появляются все различные телепередачи, как отечественного, так и зарубежного производства, пресса начинает руководствоваться свободой слова и мысли. Фактически общепризнанным является тот факт, что концепция "свободы печати" служит в значительной мере интересам рекламодателей и большого бизнеса.

Для современной сферы массово - информационных процессов характерные тенденции к концентрации, бюрократизации и монополизации. Но как отвечает в результате исследований Расторгуев С.П., "неограниченная свобода самовыражения для нескольких монополистов СМИ неизбежно приведет к гибели общества".

Многочисленные социологические исследования показывают всевозрастающую роль СМИ в жизни общества в целом и каждого отдельного человека. Значение масс-медиа в жизни подростка не меньше, а может быть даже и больше, чем в жизни взрослого человека. СМИ для современного подростка стали важнейшим источником о мире, в котором он живет, что подтверждается разными учеными (см. таблицу 1). Похожие результаты были получены и в 2005 учебном году (см. таблицу 2).

средство массовая информация подросток

Таблица 1. Рейтинг источников информации у школьников

Ранг Исследования Л.М. Баженова, 2000 г. В.С. Собкин, 2002 г. Л.С. Зазнобина, 2004 г.

1 Книги Телевидение Телевидение 2 Журналы Книги Газеты 3 Телевидение Газеты Журналы 4 Газеты

Таблица 2. Результаты исследования 2009 года

Ранг Источники

информации Газеты Журналы Телевидение Юноши Девушки Юноши Девушки Юноши Девушки
комсомолец Семь дней НТВ ОРТ 2 Радио Мир новостей Я-молодой ТВ-
парк Cosmo ОРТ НТВ 3 Школа Журналы Я-молодой Мир новостей Yes! ТВ-
6 РТР 4 Родители Газеты СПИД-Инфо Мегаполис-Экспресс Мото ТВ-
парк РТР СТС 5 Журналы Школа Спорт-Экспресс СПИД-Инфо Geo МК-бульвар СТС ТВ-
66 Ровесники Родители Советский спорт Новая газета МК-бульвар Geo ТВ ЦРен-
TV 7 Книги Старшие Мегаполис-Экспресс Спорт-Экспресс Play-boy Наука и жизнь Ren-
TV ТВ ЦР 8 Газеты Ровесники Новая газета Коммерсант Наука и жизнь Колесо
истории М19 Старшие Книги Коммерсант Советский
спорт Cosmo Мото Культура 10 Интернет Колесо истории Play-boy ТВ-3

Полученные данные свидетельствуют о том, что в сообщениях средств массовой информации подростки не ищут новые знания, которые им "не додали в школе". На первое место выходит желания развлечься. Вывод сделан на основе исследований, проведенных в 2009 году центром социологии образования РАО и посвященных изучению мотивов обращения подростков к телевидению [12; 51].

Являясь активными потребителями информации масс-медиа, подростки не всегда понимают скрытый смысл сообщения, мотивы и механизмы его создания. Это утверждение основано на результатах эксперимента, который был проведен в 2008 году сотрудниками лаборатории ТСО и медиаобразования при активном участии учителей московских школ.

Проблема "параллельной школы", как называют радио, телевидение, прессу, кинематограф, широко обсуждалось самими СМИ. Поскольку прекратить или ограничить влияние масс - медиа на подростков невозможно, необходимо научить подростков отделять "плевел от зерен", сделать СМИ не соперником, а союзником учителя. Пути решения описанных проблем давно являются предметом научных исследований в России и за рубежом. В 60-е годы в США возникла концепция "визуальной грамотности", авторы которой исходили из того, что в современном мире человек находится под воздействием большого числа символов: человеческой речи, звуков и образов, окружающего мира. Школа должна взять на себя задачу

обучения подростков невербальным способом коммуникации и в первую очередь их визуальным формам.

Концепция, возникшая в тот период в Европе, условно может быть названа "оценочной". В ней на первое место выдвигались проблемы развития "иммунных" качеств психики против манипулирования ею средствами масс - медиа. Основной целью автора считают формирования критического мышления, играющего роль "информационной защиты" [12; 54].

Акцентирование коммуникативных проблем в образовании, начиная с 70-х годов с нашей точки зрения, можно считать предтечей современных взглядов на проблемы взаимодействия школы и СМИ. Многие зарубежные и отечественные специалисты разделяют взгляды Л. Мастермана (Великобритания): образование в этой области должно быть направлено на развитие у подростков понимания особенностей функционирования средств массовой информации, использования ими выразительных средств, механизма создания реальности ее осознание аудиторией. Именно "пониманию" с его акцентом на развитие критического мышления по отношению к средствам массовой информации необходимо придать то основное значение, которое ранее предавалось оценочному подходу.

В 1995 году цели были во многом пересмотрены. В этот период проводится различие между изучением коммуникации на основе аудиовизуальных средств, с одной стороны, и освоением различных видов коммуникаций и процессов передачи смысла, с другой.

В России под руководством Ю.Н. Усова в 80-90 - годы развивается направление, связанное с формированием у подростков знаний и умений восприятия экранных произведений искусства. Созданы учебные программы, дидактические материалы. В середине 90-х гг. начинаются исследования возможностей традиционных учебных предметов для формирования у подростков умений работать с информацией масс-медиа.

Решение проблем информационной защиты подростков ложится на плечи учителя. Но известно, что учитель работает в состоянии постоянного информационного стресса. Отсюда еще одна сторона информационной безопасности как педагогической проблемы - защита учителя от информационных перегрузок, которая требует незамедлительного решения

Рожденное научно-техническим прогрессом, бурным развитием духовной культуры, телевидение, в свою очередь, стало одним из мощнейших факторов,

способствующих дальнейшему развитию человеческого общества, обеспечению людей всеми видами интересующей их информации в естественных, адекватно отражающих реальную действительность формах

1.2 Характеристика СМИ и их влияние на развитие личности подростков

Средства массовой информации (СМИ) - представляют собой учреждения, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам - это относительно самостоятельная система, характеризующаяся множественностью составляющих элементов: содержанием, свойствами, формами, методами и определенными уровнями организации (в стране, в регионе, на производстве).

К СМИ, в частности, относятся:

) печатные издания: газеты, журналы, бюллетени, справочники, листовки и рекламные щиты;

) электронные (радио, телевидение, Интернет, видео - и аудиозаписи, кинематограф;

) Информационные агентства.

Основными функциями СМИ являются:

) коммуникативная - функция общения, налаживания контакта, которая называется исходной функцией;

) непосредственно - организаторская (в которой наиболее наглядно проявляется роль СМИ как т. н. "четвертой власти" в обществе);

) идеологическая (социально - ориентирующая), связанная со стремлением оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориентации аудитории, на самосознание людей, их идеалы и стремления, включая мотивацию поведенческих актов;

) культурно-образовательная, заключающаяся, 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;

) рекламно - справочная, связанная с удовлетворением утилитарных запросов в связи с миром увлечений разных слоев аудитории (сад, огород, туризм, коллекционирование, шахматы и т.д. и т.п.);

) рекреативная (развлечения, досуг, снятия напряжения, получение удовольствия).

Отличительные черты СМИ - это:

) публичность, т.е. неограниченный круг пользователей;

) наличие специальных технических приборов, аппаратуры;

) непостоянный объем аудитории, меняющейся в зависимости от проявленного интереса к той или иной передаче, сообщению или статье.

Человек становится личностью только в процессе социализации, т.е. общения, взаимодействия с другими людьми.

Развитие личности подростка осуществляется в действительности, в условиях социализации индивида и целенаправленного воспитания.

Развитие и формирование личности педагога рассматривает через призму 3 факторов:

•Наследственности;

•Среды или социального фактора;

•Воспитания.

Средства развития подростка, обеспечивающие разные виды его активности (умственной, игровой, физической и других), становится основой для самостоятельной деятельности, условием для своеобразности формы самообразования ребенка.

Особую роль в развитии личности подростка играют СМИ, которые являются разновидностью массового общения людей. Среди СМИ, с которыми сталкиваются дети с младенческих лет, лидирует телевидение.

Возможность наглядно - образного восприятия, а как следствие и более сильного эмоционального влияния на человека оказывает телевидение. Оно является мощным средством коммуникации по охвату населения и возможности воздействовать на сознание людей. Проблема такого влияния занимает одно из важнейших мест в современной социальной психологии. Над ней работают многие известные научные учреждения и организации (ЮНЕСКО, Европейский институт по изучению средств массовой коммуникации, Национальный институт психического здоровья США и т.д.).

Под телевидением (телевидение от греч. "вдаль", "далеко" и "видение") понимается:

-) собирательное название ряда областей науки и техники, связанных с передачей и изображения и звука на расстояние;
-) средство массовой аудиовизуальной коммуникации;
-) вид искусства

Благодаря возможностям приобщения огромной аудитории к одновременному восприятию информации телевидение стало колоссальной силой, важным фактором духовной коммуникации. Зритель доверяет первой информации о том или ином событии и не склонен менять точку зрения. Телевидение приобщило зрителей к миру искусств, науки. Интеллектуальный, творческий уровень программ формирует, в частности, эстетическое сознание масс.

Основными жанрами телевидения являются:

- репортаж (политический, спортивный, сенсационный и т.д.);
- информационные программы;
- аналитические программы;
- развлекательные программы (в т. ч. концерты, шоу);
- кино, сериалы, анимация;
- образовательные и научно-познавательные программы;
- игровые программы и др.

Человек XX-XXI века живет в медиатизированном пространстве, которое составляет его новую среду обитания, реальность современной культуры. Средства массовой коммуникации, новые технологии - (мультимедиа, аудиовизуальные средства коммуникации, синтезаторы и пр.) проникли во все сферы жизни. Медиа стали основным средством производства современной массовой культуры.

Видеокультура представляет собой сложную информационную структуру, включающую в себя различные формы телевизионных и видеотехнологий (антенное, кабельное и спутниковое телевидение, видеофильмы, видеоигры и т.д.), а также некоторые виды современного искусства, основанные на применении телевизионных технологий. Все формы видеокультуры играют важную роль в социализации и формировании ценностных структур человека. Общеизвестным является тот факт, что в большинстве стран мира телевидение занимает первое место среди всех остальных СМИ, поэтому мы и обратимся именно к телевидению как к репрезентативной модели современного медиа, и проанализируем некоторые его особенности, наиболее тесно связанные с формированием эстетических представлений и ценностей.

В отечественной научной литературе данная проблема, по нашему мнению, разработана явно недостаточно, что во многом связано со сменой культурной парадигмы. В то же время, в зарубежной научной литературе эта проблема освещена гораздо полнее, ей посвящены специальные научные издания. Тем не менее, в 90-х гг. прошлого века появился ряд фундаментальных исследований, посвященных анализу взаимосвязи культуры и СМИ, которое рассматривают последние расширительно, в их различных аспектах (технических, художественных и т.д.

Современными западными исследователями телевидения выделяются следующие основные проблемы и аспекты этого СМИ:

- . Способ организации звуков и образов.
- . Природа телевидения как мощного экономического и социального института.
- . Взаимоотношение между человеком и мирами, проецируемыми на экране.

В наше время телевидение давно уже перестало быть только средством массовой информации и развлечения. Оно осваивает все новые сферы деятельности, уверенно проникая в науку, и в промышленное производство.

Телевидение помогает сделать процесс обучения более наглядным, зрелищно привлекательным, эмоционально насыщенным.

Художественная форма многих научно - популярных и учебных передач позволяет рассказывать о сложных проблемах науки, техники, литературы и искусства в занимательной форме

Для современного подростка СМИ является источником самой разнообразной информации по интересующим его проблемам.

Телевидение в целом оказывает заметное влияние на самые различные аспекты воспитания и просвещения подростков. Всеми своими программами оно прямо или косвенно воздействует на формирование их мировоззрения, формирует эстетический вкус. Особенно большую роль в повышении эрудиции играют такие цикловые передачи как "Умники и умницы", "В мире животных", "Что? Где? Когда", и т.д. Ведущие этих передач, как правило, крупные специалисты в своей области.

Серия передач "живая природа" интересна не только как источник познания и средство воспитания, но и как художественно - яркое и выразительное зрелище, в котором жизнь различных животных, их первые шаги после рождения, освоение окружающего мира. Борьба с соперниками и врагами, искусно снятые операторами и режиссерами передач, предстают действительно как целый мир, управляемый своими законами, по своему гармоничный и прекрасный. Эстетическое воздействие передачи усиливается и умело подбираемой музыкой отечественных и зарубежных композиторов - классиков. В творчестве, которых особенно ощутимо появилась связь искусства с красотой природы, в которой они находили темы и сюжеты для своих произведений. В результате в наиболее удачных передачах достигается органичный синтез научно - познавательных и художественных, эстетических элементов, что позволяет одновременно воздействовать на ум и на чувство зрителей.

Пожалуй, еще более широкую аудиторию вот уже в течение нескольких лет прочно удерживает у экранов телевизоров программа "Что? Где? Когда?". Важной особенностью этой программы является то, что она основана на самых различных формах связи с телезрителями. Вопросы, на которые предстоит ответить команде эрудитов, попадают на телевидение "опережающей обратной связи", т.е. присылаются любым желающим принять участие в игре - конкурсе в качестве представителя команды зрителей. При этом телевизионные работники отбирают наиболее интересные вопросы и связывают с их авторами. Характерным свойством

программы "Что? Где? Когда?", как и ряда других молодежных передач, является ее чисто зрительная привлекательность, порождаемая импровизационностью, непредсказуемостью исхода захватывающего состояния, эмоционально - насыщенной формой организации зрелища с включением музыкальных пауз, интервью с участниками игры и болельщиками. Но особенно важно то воздействие, которое оно оказывает на молодежную зрительную аудиторию, так же как и программа "Умники и умницы", сказывающиеся в пробуждении интереса к решению сложных познавательных передач в стремлении быть более широко образованным человеком, способным принять участие в соревнованиях с наименьшим успехом, чем члены команд - победительниц, в стимулировании самостоятельной творческой деятельности [19; 38].

Но существует ряд и отрицательных сторон телевидения, которые оказывают негативное влияние на воспитание подрастающего поколения. Поэтому особенно важно уточнить некоторые тревожные тенденции в этой сфере. В своих отношениях с телевидением подростки проходят 2 стадии, считает Л.С. Зазнобина. Первая из них характеризуется несамостоятельностью выбора программ. Это происходит в дошкольные годы и в первые годы занятий в школе. Переход от контроля и руководства, взрослых к самостоятельному выбору начинается по мере того, как подросток овладевает искусством чтения и обнаруживает в себе способность к собственному открытию многих ранее ему неизвестных истин и фактов. Так постепенно наступает вторая стадия, при которой выбор программ осуществляется самим подростком. Получив доступ к телевидению, он сам решает, какое время посвятить телепросмотрам [13; 73].

Работники телевидения и педагоги единодушно признают, что телевидение и школа должны быть союзниками в процессе формирования духовного мира подростка. Однако школьная практика свидетельствует, что пока далеко до широкого и эффективного использования телевидения, в деле эстетического воздействия реализуемого в рамках школы.

Некоторые преподаватели гуманитарных дисциплин эпизодически используют в своей работе канал "Культура" и передачи, связанные с другими образовательными областями. Но в целом школа игнорирует проблему влияния на подростков средств массовой информации, мало учитывает в учебной и воспитательной работе то, что наиболее значительные изменения сегодня происходят в информационной области, что практически все подростки имеют доступ к ТВ, видео, многие дети "общаются" с компьютером. Благодаря широкому распространению СМИ человек оказывается под воздействием множества информационных потоков [17; 72].

Большой просветительный и воспитательный потенциал несут в себе экологические программы отечественного телевидения, но зачастую они вызывают у подростков чувства страха и неуверенности в будущем ("оставшиеся леса или вырубают или загрязняют и они умирают", "на планете вымирают животные", "все на границе уничтожения", "наука установила, что через 45 лет жизнь на Земле прекратится").

Страница 6 из 25

М.Л. Князева считает, что человек нашего времени живет в отрицательном информационном поле. Его преследуют плохие новости. И дело не только в общественно - политической ситуации, но и в самих принципах работы с фактами, событиями, их отбора и подачи на страницах печати и с экрана телевидения [16; 97].

По мнению Князевой М.Л. существует некий негласный запрет на положительные эмоции. Это исходит из концепции работы СМИ: информация должна вызывать очень сильный, резкий отклик человека, она должна вывести его из инертного, уравновешенного состояния, взволновать. Работа российских средств массовой информации опирается на западную теорию журналистики, которая утверждает: хорошая новость - это не новость; новость - это то, что задевает человека, обывателя, которого можно затронуть только методом болевого синдрома. В результате возникает ложная картина мира, в которой превалирует опасность и угроза. В ее изображении мир открывается развернутым в своих трагедиях, в своей неприглядности. В конечном результате суммирования отрицательных воздействий возникает мнительно - тревожный тип личности - агрессивный или безразлично - агрессивный. Это сопровождается торможением нравственной, интеллектуальной, творческой активности человека; замедляется или даже пресекается его личностный рост и формирование независимой индивидуальности.

Пресыщение информацией стало одним из важнейших факторов в формировании личностных характеристик подростка, среди которых немалую роль играют эстетические представления и ценности.

С первых лет своей жизни он попадает в информационное поле, создаваемое сетью массовых коммуникаций. Однако возникает проблема взаимовлияния информационной среды (в частности видеокультуры как ее важнейшего компонента) и структуры ценностных ориентаций подрастающего поколения как социального агента. Данное отношение среды и субъекта имеет противоречивый

характер, что объясняется сложноконструктивной структурой его составляющих. Так, с одной стороны, коммерциализация видеокультуры приводит к преобладанию насилия. С другой стороны, появляется множество образовательных программ, видеоматериалов, компьютерных, развивающих игр и программ, оказывающих помощь как в образовании, воспитании, так и в расширении кругозора, открывая совершенно новые горизонты знания. Видеокультура обладает мощным потенциалом знакомства с другими культурами и жизненными стилями, отличными от собственных, обладающих непривычными эстетическими характеристиками. На смену "авторитарности" в этом аспекте пришла подвижная множественность развивающих, образовательных программ коммерческого телевидения.

Однако в последние годы передачи ТВ структурировались в соответствии с различными параметрами - возрастными, социальными, по интересам, образовательными, профессиональными, что соответствовало как ценностям структурам социума, так и его стратификации, то в постсоветский период эта четкая структурированность утрачивается и исчезает. Картина, которую представляют собой отечественные медиа сегодня аморфна, расплывчата и, к сожалению, во многом вторична (приоритеты во многих случаях следует искать в Западном телевидении).

Среди множества свойств сообщений СМИ выделили одно: mass - media как источник знаний более привлекательны для подростков, чем школьные уроки. Информация СМИ эмоционально окрашена: даже о не очень интересных вещах журналисты рассказывают так, что подростка буквально не оторвать от экрана телевизора. Если ранее существовал четкий образ-модель подростка, на который ориентировалась вся структура масс медиа, то с потерей идентичности исчезает и образ "идеального потребителя продукции видеокультуры", совершенно необходимый для функционирования технологической системы массовой коммуникации. Только при создании адекватной воспитательной модели возможен выход из этого кризиса. Исчезновение "железного занавеса", "шоковая терапия" в экономике, так называемая "сексуальная революция" привели к серьезнейшим последствиям и для отечественной культуры в целом и для видеокультуры в частности. Разрыв преемственности поколений и дезориентированность, разлом привычных социальных связей приводит к трансформации имиджа насилия как наиболее эффективного социального инструмента в способ достижения реальной жизненной цели.

В развитых странах Запада, послуживших моделью для наших отечественных масс-медиа, тема насилия давно вызывает серьезное беспокойство как со стороны

институтов государства, так и широкой общественности. Широко известны данные о насыщенности СМИ актами агрессии, насилия, жестокости. Криминальная хроника занимает одно из ведущих мест в тематике видеокультуры. Статус образовательных программ в нашей стране за последние 30 лет показывает тенденцию к снижению, предпочтения публики за эти годы менялись, переходя от образовательных передач и новостей к развлекательным, особенно тем, которые ранее были недоступны по политическим или экономическим причинам. Тенденцией в подаче материала в СМИ, в первую очередь на телевидении, является "смещение жанров, стирание граней между реальными событиями и беллетризованными фактами. Подростковая аудитория с трудом может отличить реальные события от мнимых, которые подаются в реалистической манере.

Страница 7 из 25

Влияние телевидения на многие аспекты повседневности, в частности на формирование эстетических вкусов и представлений, определяется во многом тем, что в отличие от других видов видеокультуры оно представляет собой часть домашней обстановки; (в этом оно гораздо ближе радио, чем кино). Этот факт сам по себе весьма амбивалентен и по-разному оценивается с разных исследовательских позиций. Наиболее сильный эффект телевидения, кроме его собственно содержательной стороны, - это сам факт его существования, его всегда доступное, главенствующее ставшее привычным присутствие в каждом доме, его способность свести сотни миллионов граждан до уровня пассивных зрителей в течение большей части их жизни. Телевидение сводит до минимума личностные взаимодействия внутри семьи и сообщества [37,12].

Интересно отметить, что такое "всеприсутствие" телевидения в повседневности приводит к тому, что его звуковой ряд доминирует над каналами коммуникации. Интересен, в связи с этим, такой парадокс: чаще всего наше отношение с телевидением - это отношение слушателя, а не зрителя. Многие исследователи телевидения, занимающие в отношении его критическую позицию, отмечают, что само по себе оно не обладает высоким эстетическим потенциалом. Однако такое отрицание эстетического потенциала телевидения не учитывает той специфической эстетики, которая в корне отличается от традиционной и требует новых исследовательских подходов. Таким образом, чтобы не превратить подростка в придаток техники (в частности телевизионной), необходима четкая позиция со стороны государства и семьи как в отношении контроля над средствами массовой информации и коммуникации, так и в отношении оптимального использования их потенциала для воспитания полноценного поколения.

На вопрос социологов: "Кто является для Вас образцом для подражания, к примеру, кого Вы хотели бы следовать?", - подавляющее большинство опрошенных называют не только киногероев - американцев, но и образ жизни и качества проявленные ими [17; 72].

Постоянно говоря об уникальности программных политик своих каналов, их руководители и продюсеры практически не заботятся о качестве производимых передач. Большинство телеканалов не делают собственных молодежных программ, ссылаясь на отсутствие средств. Ограничиваются в основном игровыми шоу: "Поле чудес", "Своя игра", популярными среди всей аудитории и приносящими огромную финансовую прибыль. Принципы вещания молодежных программ, правда, различны: либо блоковый (ОРТ - днем для детей, отдельно показываются и у других телекомпаний, идущие в вечернее время "Взгляд", "КВН"), либо музыкальный (муз ТВ), либо фрагментарно-эпизодический (ВГТРК).

Из передач культурного просвещения на телеканалах присутствуют лишь отдельные "интеллектуальные шоу" ("Кто хочет стать миллионером?", "Умники и умницы" и т.д.) разные по качеству исполнения и используемому материалу. Предпринятый нами анализ показал, что просветительских молодежных программ практически не существует. Необходимость появления в эфирной сетке интересных и привлекательных по форме просветительских программ очевидно. А они были в свое время. Это и цикл передач Ю. Лотмана "Беседы о русской литературе", и программы М. Андронникова и многие, многие другие.

Телевидение существенно влияет на школьную молодежь. Подростки проводят у телеприемников ежедневно до 8 часов. Как отмечает Гришаева Н.П., обнаружен на первый взгляд парадокс: телепередачи меньше смотрят в регионах, где сравнительно более высокий уровень культуры. Парадокс объясняется тем, что более образованное население предпочитает выборочный, а не сплошной просмотр телевидения [8; 75].

Учебное телевидение является незаменимым средством становления личности подростка, поскольку позволяет довольно полно и адекватно приобщать подростков к ценностным ориентациям взрослых. К примеру, в США учебные программы транслируют до 200 телекомпаний и 700 студий кабельного телевидения. Министерство образования координирует национальные учебные телепрограммы. Разработкой и внедрением новых учебных программ занимаются несколько педагогических центров. Прочные позиции занимают в эфире учебное заведение в Западной Европе. Так, английская компания Би-Би-Си ежегодно

транслирует учебные передачи объемом до 400 часов. Во Франции государственный канал телевидения систематически - трижды в неделю - ведет учебные передачи. Подготовкой учебных видеоматериалов в масштабах страны руководит Национальный центр аудиовизуального обучения в Ванве.

Не малый опыт накоплен учебным телевидением в России. Так, до 1966 года Москва регулярно выходила в эфир по каналу "Российские университеты", где предлагались учебно-образовательные передачи на самые разные темы. Ученые ищут возможности влияния с помощью аудиовизуальных средств на воображение, эмоций, интеллект учащихся.

В мировой педагогике хорошо осознана роль "параллельной школы", имея это в виду, крупнейшие радио-телекомпании, газеты, журналы систематически готовят специализированные воспитательно-образовательные программы.

Среди проблем, которые возникают в связи с влиянием на молодые умы "параллельной школы", особую тревогу у педагогов порождает опасность дегуманизации личности подростка. По мнению многих специалистов, жестокость, насилие, низкопробные в художественном и эстетическом отношении материалы, которыми наполнены СМИ, пробуждают в подрастающем поколении самые темные и низменные наклонности и желания

Большинство подростков в считанные секунды могут скопировать любимого киногероя или ведущего какой-нибудь популярной телепередачи, пропеть рекламную рифмовку или рассказать, что именно они узнали из средств массовой информации. К сожалению, почерпнутые ими знания могут включать хорошо заученное название широко рекламируемого вида пиво, новые познания в области сексуальных поз или разновидности приемов борьбы. В наши дни для получения различного рода информации детям достаточно только вставить кассету в видеомаягнитофон, открыть журнал, заглянуть на веб-страничку или просто включить телевизор. Средства массовой информации предлагают материалы на любой вкус: развлечения, культура, новости, спорт, образование и т.д. Масс-медиа являются неотъемлемой частью нашей жизни и многому нас учат. Но не всегда мы хотим, чтобы подобные познания получали наши дети. Мы хотели бы бросить взгляд на некоторые виды масс-медиа, которые могут оказывать негативное влияние на здоровье молодых людей. Вы можете научить ваших детей лучше понимать содержание некоторых посланий средств массовой информации, которые они имеют возможность лицезреть в печатном, электронном визуальном видах. Вы часто имеете возможность видеть влияние масс-медиа сразу же, когда ваш

подросток, посмотрев очередной "боевик" начинает имитировать главного героя во время игры. Однако в большинстве случаев их влияние сначала не настолько очевидно. Это происходит медленно, постепенно, когда подростки слышат и видят постоянно повторяющиеся утверждения о том, что:

) борьба и насилие являются одним из средств урегулирования конфликтных ситуаций;

) сигареты и алкоголь неизменные спутники "крутых" парней, а не олицетворение нездорового образа жизни;

) сексуальные отношения не приводят к таким последствиям, как различные заболевания или нежелательная беременность.

Вполне естественно, что социальные аспекты, связанные с телеинформацией, не могут не затрагивать и чисто психологических аспектов.

Широкое распространение видео и телепрограмм с сюжетами насилия и увлечение ими детей вызывают острую критику педагогов и социальных работников, которые считают, что сцены насилия на экране и фильмы ужасов делают ребенка более агрессивными и жестокими. До сих пор идет дискуссия о том, оказывают ли на самом деле военные действия и сцены насилия, мерцающие на экране, отрицательное воздействие на детей. Так статистика сообщает, что в наиболее популярных телевизионных программах на каждый час вещания приходится в среднем около девяти актов физической и восьми актов вербальной агрессии. Поэтому даже подросток, проводящий у телевизора, например, всего лишь два часа, видит за день в среднем свыше семнадцати актов агрессии. Ввиду этого не случайно данная тема представляет собой интерес для психологической науки и обладает высокой социальной значимостью, последнее время притягивает к себе все более пристальное внимание исследователей.

Одни ученые считают, что в видеофильмах подросток бессознательно реализует определенные свои потребности, чему во многом способствуют образы героев фильмов. Поэтому чрезмерное увлечение видео и телевидением возникает только у тех подростков, которые испытывают затруднения в адаптации к действительности, и не могут решить их в реальной жизни.

В рамках теории социального научения, существуют противоположные данные, которые свидетельствуют о том, что переживания, вызываемые пассивным наблюдением агрессии и насилия, происходящих как на экране, так и в реальной

жизни, ведут не к катарсическому эффекту, как предполагает теория влечения, а, наоборот, к возбуждению агрессии. Это мнение опирается на данные о том, что наблюдатель проявляет тенденцию совершать те же самые действия, как и лицо, за которым он наблюдает. В частности указывается, что простое ожидание или сам просмотр сцен насилия по телевидению и в фильмах может увеличивать степень агрессивности. Было, в частности, установлено, что зрители с высоким уровнем агрессивности в большей степени интересуются видео насилием, в то время как мало агрессивные поверхностно просматривают такие фильмы и не концентрируются на сценах насилия.

Кроме того, подростки из семей, использующих различные способы социального подкрепления, по-разному воспринимают телепередачи агрессивного содержания. Подростки, которые в семье чаще подвергаются наказаниям, во-первых, вообще больше смотрят телевизионные передачи, во-вторых, в качестве любимых передач они отмечают большое количество программ, в которых присутствует насилие, а в качестве любимых героев - телегероев, проявляющих враждебность и агрессию [17; 38].

В этой области различные психологи проводили различные исследования. Первые исследования, посвященные влиянию телевизионных и кинематографических образов насилия на человеческое поведение, были проведены А. Бандурой и его коллегами. В этих экспериментах принимали участие подростки. Им демонстрировались короткометражные фильмы, в которых взрослый весьма враждебным способом обращался с большой куклой Бобо. После просмотра сцен им предлагалось поиграть, кто во что хочет, в течение определенного времени (10-20 мин.), а экспериментатор в это время внимательно следил за подростками, фиксируя их поведение. И оказалось, что часть подростков копировали поведение актера, т.е. имитировали акты агрессии. Эти эксперименты вскоре после их проведения были подвергнуты критике со стороны ученых-социологов и представителей телеиндустрии, подставивших под сомнение их целесообразность и верность интерпретации их результатов. Было, во-первых, отмечено, что подростки в данных экспериментах вели себя агрессивно по отношению к специально для этого предназначенной надувной кукле, а не по отношению к человеческому существу. Поэтому не совсем ясно, можно ли продемонстрированное поведение однозначно считать агрессией - ведь никому не было причинено реального вреда. Во-вторых, материал, по нескольким существенным параметрам отличался от обычного кино - и телепродукции. По этим причинам, утверждалось, что результаты экспериментов, поставленных самим А.

Бандурой и аналогичных им, не подводят прочной базы под предположение о том, что сцены насилия, показываемые в теле - и кинофильмах, способны приводить к возникновению агрессивных проявлений в межличностных отношениях.

Столкнувшись с подобной критикой, несколько исследователей незамедлительно начали планировать и проводить эксперименты, преследовавшие три главные цели [36,5].

Во-первых, экспериментаторы старались смоделировать условия, приближенные к реальности.

Во-вторых, участникам показывали более реалистичные сцены насилия. И, наконец, исследователи постарались избавиться от присущего ранним экспериментам точного сходства между обстоятельствами в наблюдаемых эпизодах насилия и условиями потенциального проявления агрессии. Таких экспериментов было проведено множество, и в целом их результаты наводили на мысль, что просмотр сцен насилия в кино или по телевизору провоцирует зрителей на аналогичное поведение [36; 10].

Несмотря на то, что эксперименты "второго поколения" позволили устранить некоторые недостатки ранних экспериментов с куклой, они тоже оказались под огнем критики. Они имели следующие недостатки:

-) испытуемый может счесть, что экспериментатор одобряет агрессию, так как их пригласили на просмотр фильма со сценами агрессии;
-) из программ зачастую были вырезаны эпизоды, в них отсутствовал сюжет;
-) просмотр отдельно взятой программы со сценами насилия не вырабатывает опыт, эквивалентный просмотру разнородной мешанины агрессивных и неагрессивных программ за длительный период времени.

С учетом этих критических замечаний был проведен ряд экспериментов, которые можно было бы назвать третьим поколением экспериментов, исследующих влияние наблюдения за сценами насилия на развитие агрессивного поведения. В этих исследованиях изучалось, насколько подростки подвержены влиянию реалистического изображения насилия по телевидению за сравнительно долгий период - от нескольких дней до нескольких десятилетий. Фиксировалось также фактически агрессивное поведение в естественных условиях и в столь же широких временных рамках. Исследования показали, что зависимость между наблюдением

насилия и агрессивностью нельзя рассматривать однозначно. Не верно, что, посмотрев свою любимую остросюжетную программу, где герои иногда совершают агрессивные поступки, подростки готовы сорваться и накинутся на любого, кого угораздило встретиться у них на пути. Судя по проценту положительных результатов в большинстве исследований, вероятность более яркого проявления агрессивных наклонностей после просмотра подобных материалов, скорее, всего, невелика. Более того, существует огромное количество факторов, влияющих на количество осуществленных агрессивных действий, так что воздействие любого из них по отдельности очень мала.

В декабре 2007 года по Японии прокатилась волна эпилептических припадков, случавшихся во время демонстрации мультика "Покемон" (сокращение от Pocket Monsters - "карманные монстры"). Утверждалось, что приступы эпилепсии провоцировались мигающим экраном. В "опасной" сцене (а эпилепсию вызывала совершенно определенная сцена) красный фон сменялся голубым. Фотосенситивная (светочувствительная) эпилепсия - это такое состояние, при котором мерцающий свет большой интенсивности вызывает эпилептические приступы. В последнее время появилась информация об увеличении случаев таких приступов, что связывают с массовым увлечением видеоиграми. Телевизор является наиболее мощным фактором, вызывающим приступы у людей с фотосенситивной эпилепсией.

Ученые и школьные работники, представители общественности обеспокоены, что СМИ, новейшие технологии гасят фантазию и воображение подростков, отодвигают на задний план ничем не заменимые при воспитании человеческие контакты. "Где же тут общение?" - спрашивает американский фантаст Р. Брэдбери, описывая оснащенную всяческой техникой школу будущего. Встревоженность писателя не беспочвенно. Уже сегодня телевидение, компьютерные игры нередко заменяют подросткам дружбу с родителями, сверстниками, преподавателями.

Педагоги считают необходимым тщательно учитывать созидательные и разрушительные для школьного воспитания и образования возможности СМИ. Японский ученый Тонака Казиа считает в этой связи, что эти средства должны интегрироваться в процессе воспитания крайне осторожно, чтобы развивать, а не разрушать личность подростка. Как бы то ни было, использование СМИ в школьном воспитании позволяет выводить подготовку подрастающего поколения на уровень современных общественных требований, привлекать ранее неизвестные резервы повышения эффективности школы. [2; 40]

Пресса. Особую роль в социально-культурном развитии подростка играет пресса. Она популярна в старших классах и способствует педагогически целесообразному усвоению информации, поступающей из газет и журналов. Большую роль в информационной и просветительской деятельности среди молодежи играют такие газеты и журналы, как "Зеленый мир", "Российская газета", "Родина". Но на прилавках газетных киосков появилось большое разнообразие газет и журналов, которые стали доступными для подростков. Во многом эта печатная продукция или так называемая "желтая" пресса рассчитана на определенный круг потребителей, на более старшее поколение. Зачастую она несет в себе недостоверную или искаженную информацию, которая сказывается на восприятии подростками окружающего их мира. Как отмечает А.А. Погоченков, вся мощь коммерческих информационных СМИ брошена на то, чтобы погубить доброго, отзывчивого работающего человека и низвести его к уровню потребителя. К сожалению, даже в таких известных изданиях как "Литературная газета", "Независимая газета" эти проблемы затрагиваются от случая к случаю.

Фактором развития современного подростка является **Интернет**, как средство массовой информации.

Все больше и больше Интернет проникает в нашу повседневную жизнь. Рост числа находящихся в индивидуальном пользовании компьютеров с одновременным повышением их мощности. Расширение и увеличение пропускной способности каналов связи, увеличения объема информации, в том числе и образовательного характера. Создание программных продуктов, облегчающих ее поиск и получение, делают Интернет неотъемлемым фактором информационного взаимодействия. В связи с тем, что в число пользователей сети включаются подростки, Я.В. Якушина считает, что Интернету необходимо уделять первостепенное внимание, как глобальному источнику информации и средству использования новых информационных технологий в школьной и внешкольной деятельности подростков [38; 55].

Подросткам предоставляется доступ к сети дома, в различных компьютерных клубах. Постепенно к Интернету подключаются общеобразовательные школы, учащиеся могут работать с компьютером не только на уроках, под наблюдением учителя, но и самостоятельно, после занятий.

Интернет позволяет подросткам добывать именно ту информацию, которую они хотят получить, а не то, что им навязывается в СМИ. Правильное восприятие этой информации будет зависеть от того, насколько подростки обучены аналитической

работе с ней, обладают ли критическим мышлением. Интернет привлекает подростков возможностями, оперативностью, получения интересующих их сведений (о любимых музыкальных группах, о домашних животных и т.д.). Помочь сформировать общеучебные и общекультурные интеллектуальные навыки работы с информацией должен преподаватель. Речь идет о приобретении учащимися знаний о коммуникациях и СМИ, их использовании для получения различных знаний и творческого самовыражения, об оценке достоверности информации, развитии критического мышления, соотнесении информации и знаний, о правильной организации информационного процесса, оценки и обеспечении информационной безопасности.

Работа в компьютерной сети может представлять новые возможности для углубления и обогащения программы практически в любом предмете в классе. Телекоммуникация способна создавать учебную среду, которая может вовлечь школьников в продуктивную, учебную деятельность. Пока, однако, в число школ, имеющих хотя бы опосредованный доступ к "мировой паутине" мало.

Обычный установленный в школе компьютер, подключенный к Интернету, даст ребятам возможность:

-) Включаться в глобальный диалог с подростками и преподавателями всего мира с помощью электронной почты;
-) Получить прекрасную языковую практику в общении онлайн-электронных конференциях со сверстниками, для которых изучаемый язык - родной;

Страница 11 из 25

-) Общаться со сверстниками в любых точках земного шара;
-) Стать участниками или инициаторами проектов, основанных на сотрудничестве многих десятков и тысяч сверстников по всему миру;
-) Получить дополнительные разъяснения от онлайн-обучающих программ или включиться в заочные учебные курсы, проводимые национальными или даже зарубежными учеными заведениями;
-) Повысить свою информационную грамотность; понимание того, как наиболее полно использовать возможности мира компьютерных сетей, с которыми им предстоит столкнуться после школы.

Таким образом, нельзя не отметить большой образовательный потенциал Сети Интернет можно использовать как для самообразования, так и в школьном и дополнительном обучении. Итак, что может дать компьютер для образования подростков? Вне сомнения, перспективы Интернета огромны. Якушина Я.В. выделяет некоторые из них:

интеграция информации, полученной из сети Интернет, в контекст общего базового образования, в систему формируемых в предметных областях знаний и умений;

создание школьных сайтов, которые могут связать учеников, родителей и учителей между собой для обмена информацией;

организация дистанционного обучения, которое может решать задачи очного образования дополнять, интенсивно влиять, а также частично заменять его. Учащиеся могут учиться как в одной, так и сразу в нескольких дистанционных школах, получить дипломы или сертификаты по их окончании. Обучение подростков могут координировать как учителя, так и родители;

создание образовательных проектов, подключение и использование Сети в разных городах и областях России позволит объединить отечественные городские учреждения разных стран между собой, а также станет удобным способом контакта и общения специалистов [38; 58].

В то же время родители, педагоги с тревогой отмечают, что компьютер все больше вытесняет из жизни подростков книги, общение со сверстниками. Компьютер дает больше возможностей, чем книга, перейти в мир нереального, фантастического.

Подобный "уход" подростков, однако, является скорее не следствием использования компьютеров, а неверных отношений родителей, взрослых, преподавателей с подростками. При правильном стиле общения с подростком компьютер становится союзником при социализации детей, их вхождения в мир взрослых. Иногда информация проникает в сеть стихийно, и проверить ее достоверность не представляется возможным. На многих сайтах нет никаких данных об авторах, организациях, занимающихся разработкой и представлением материала. Это очень существенная проблема, решение которой может частично взять на себя социальный педагог в школе, который предупредит, что сведения, получаемые подростками через сеть не всегда надежны; объяснит различия между достоверной информацией и той, которая предлагается в надежде продать тот или иной продукт. Существует реальная опасность распространения по всему миру

лживых утверждений, мошенничества или других негативных явлений. Поскольку Сеть расширяет возможности человека осуществлять свои права или злоупотреблять ими. Очевидно, что люди должны нести значительно большую ответственность за свои действия и за мир, который они создают. Это также необходимо донести до сознания подростков [9; 17].

В России число подростков, проводящих время перед монитором компьютера дома или в компьютерном клубе, с каждым днем становится все больше и больше. Во времена Советского Союза достаточно широко была развита инфраструктура так называемого детского и молодежного досуга. Кружки, секции, дома творчества, дома юных техников - их было столько, что в детской среде существовал устойчивый стереотип: не ходить никуда после школы - аномалия. Сегодня такие места не исчезли, но их количество значительно уменьшилось, они стали платными или ребенок о них попросту ничего не знает. И постепенно становится уже исключением подросток, занимающийся какой-либо деятельностью, помимо учебы - ситуация перевернулась. Но современный подросток не может сидеть на месте, ничего не делая, ни чем не занимаясь. И тут появляются компьютерные клубы. Хотя это и платная услуга, но для родительского кармана приемлемо, зато это позволяет обрести ребенку свое увлечение, досуг и т.д. Перечислять бессмысленно, понятно, что появился новый вариант "кружка". Отличие только в том, что клубное времяпровождение по большому счету бессмысленно: кроме затрат, потерянного времени и минутного интереса это ничего не развивает и не открывает нового. Реакцию можно развивать не только в виртуальных гонках, моторику руки отрабатывать не только на монстрах, ориентацию в пространстве - не только в мрачных подземельях или инопланетных лабиринтах. Есть способы другие, но для этого надо что-то организовывать, устраивать, а этим в современной школе никто не хочет заниматься. В связи с этим растет количество компьютерных клубов. Автор статьи "Компьютерные игры: детская забава или педагогическая проблема?" - Новосельцев Виктор Иванович, пишет: "Я не противник игр, сам люблю иногда часик - другой побегать - "пострелять". Но при этом меня всегда очень раздражает, когда я слышу со стороны учителей: "Ах, эти игры!" Извините, а что вы можете предложить взамен, чем ребенка увлечь, чтобы он завтра пошел не в клуб, а к вам? Ничем? Тогда что воздух сотрясать? Сегодняшняя ситуация с компьютерными играми - это не только социальный, технологический, возрастной феномен. Это еще достаточно серьезный педагогический вопрос. Проблема, свидетельствующая о полном бессилии взрослых, которым остается только разводиться руками, потому что сделать они ничего не могут".

июня 2009 года на заседании Совета безопасности Российской Федерации обсуждалась Доктрина информационной безопасности страны, которая была утверждена Президентом РФ (09.09.2009 г.; №Пр-1895). Этот документ определил, что под информационной безопасностью Российской Федерации понимается состояние защищённости её национальных интересов в информационной сфере, определяющейся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства и обозначил виды и источники угроз, а также основные задачи и методы обеспечения информационной безопасности государства [12; 48].

Действительно, в демократическом государстве средства массовой информации должны обладать правом свободно получать информацию и также свободно передавать её конечному потребителю: читателю, слушателю, зрителю. Однако, как отмечает исследователь данного вопроса С.П. Расторгуев, "неограниченная свобода самовыражения для нескольких монополистов СМИ неизбежно приведёт к гибели общества.

В Доктрине указывается, что одним из внутренних источников угроз информационной безопасности РФ является снижение эффективности системы образования и воспитания, и что наибольшую опасность представляет не способность современного гражданского общества России обеспечить формирование у подрастающего поколения и поддержанию в обществе общественно-необходимых нравственных ценностей, патриотизма и гражданской ответственности за судьбу страны. Любое информационное воздействие предполагает наличие двух сторон субъекта, который передаёт информацию, и объекта, принимающего её. Гарантируя средствам массовой информации свободу слова, необходимо подумать об объекте, который имеет право принять или отклонить предлагаемую информацию. Ни советская, ни современная российская школа не ставили перед собой задачу научить подростка селекции поступающей информации.

Большое значение имеет и то, что СМИ заговорили на языке подростков. У взрослого человека могут вызвать улыбку попытки 45-летней "тёти" вести себя как тинэйджер, но то, что она говорит, имеет для подростков очень большое значение потому, что она говорит не как учитель на уроке, а так, как они сами.

Если подросток на уроке не может воспроизвести учебную информацию, переданную ему учителем или зафиксированную в учебнике, то ему грозит как

минимум двойка. Если же не воспринята или забыта информация из газетной статьи, то журналист двойку не поставит.

Анализ сообщений средств массовой информации может самого стойкого человека повергнуть в ужас. Не имея достаточных знаний о предмете своего репортажа, журналисты зачастую говорят о нём с такой уверенностью, что у людей складывается впечатление, будто они слушают крупного специалиста в данной области. Незнания и ошибки одного человека, растиражированные СМИ, могут стать, в конечном счёте, заблуждениями миллионов людей. В результате возникает ложная картина мира, в которой превалирует угроза и опасность. В её изображении мир открывается развёрнутым в своих трагедиях, в своей неприглядности. И эмоциональная палитра у человека складывается из страха, ужаса, обид, разочарований, чувства непосредственной угрозы, опасности и, наконец, завести - ее провоцируют скандальные рассказы из жизни сильных мира сего [53]. В конечном результате суммирования отрицательных воздействий возникает мнительно - тревожный тип личности - агрессивный или безразлично-агрессивный, считает Л.М. Князева. Это сопровождается торможением нравственной, интеллектуальной, творческой активности человека; замедляется или даже пресекается его личный рост и формирование независимой индивидуальности, сказанное выше имеет прямое отношение к педагогике и к системе образования.

Промышленное использование современных информационных технологий для управления людьми настоятельно требует системного формирования механизмов обеспечения индивидуальной информационной безопасности на этапе школьного образования. Человек должен отдавать себе отчёт в том, что опасность может представлять не столько недостаток какой-либо информации, сколько сама информация, если она направлена на искажение существующей модели мира. Подросткам, предстоит разобраться в непростых проблемах современной культурной жизни, выработать верные критерии оценки тех или иных духовных явлений. Активную помощь в этом призваны оказать им семья, школа, литература и искусство, и все виды массовой информации и пропаганды.

Глава II. Опытно-экспериментальная работа по выявлению эффективности влияния СМИ на развитие личности подростка

2.1 Констатирующий этап эксперимента

Теоретические посылки, выявленные нами в первой главе, послужили основой для организации опытно-экспериментальной работы.

Целью которой стало выявление эффективности влияния СМИ на социокультурное развитие подростка.

В эксперименте принимали участие 19 человек 15 - 16 лет, учащиеся 9 класса "А" и "Б" МОУ НОШ №40 ст. Ленинградской, Краснодарского края, и их родители. На этом этапе нами при помощи социального педагога-психолога школы была выявлена степень приобщенности подростков к СМИ. С этой целью были предложены следующие **методы**:

Страница 13 из 25

. Анкетирование среди подростков с целью выяснения степени влияния средств массовой информации на формирование нравственных установок, а также определения количества времени, отводимого ими на просмотр передач, чтение газет и журналов; определение мотивации выхода в Интернет;

. Анкетирование среди родителей учащихся с целью выяснения мнений родителей о качестве телевизионной продукции.

. Анализ газет и журналов для подростков для выяснения качества содержания печатной продукции;

. Анализ телевизионных программ с целью выяснения качества содержания и количества отечественных и зарубежных передач, а также определение времени трансляции по каналам ОРТ, РТР, НТВ, СТС, Ren - TV.

. Анализ работы подростков в сети Интернет, в интернет - клубе "Сфера" ст. Ленинградской.

Перед проведением данной работы были поставлены **задачи**, которые исходили из последовательности данного эксперимента:

1. явление условий влияния средств массовой информации на социальное воспитание;

2) разработка уровней подверженности влиянию средств массовой информации на социальное воспитание подростков;

1. диагностика наличного уровня подверженности влиянию средствам массовой информации.

Нами была предложена анкета подросткам с целью выяснения степени влияния СМИ на формирование нравственных установок школьников. А также количество времени, отводимого ими на чтение газет и журналов и просмотр телепередач:

. Какими средствами массовой информации вы предпочитаете пользоваться: пресса, телевидение, Интернет?

. Какие журналы, газеты вы любите читать?

. Какие ТВ программы вам нравятся: развлекательные, познавательные, информационные?

. Какие фильмы вас привлекают больше: зарубежные или отечественные?

. Сколько времени вы тратите на просмотр передач и фильмов?

. Ограничивают ли время просмотра ТВ ваши родители?

. С какой целью вы пользуетесь СМИ: с целью получения информации, развлечения или отдыха?

. Имеете ли вы возможность выхода в Интернет?

. Если вы пользуетесь Интернетом, то с какой целью?

На первый вопрос все подростки ответили, что предпочитают телевидение, как средство получения информации.

На вопрос, "Какие журналы, газеты вы любите читать?" 73% подростков ответили, что им нравится читать молодежные журналы, такие как "Ровесник", "Бумеранг", "Молоток", среди которых есть и "Спид-Инфо", "Экспресс-газета", и т.п. Другие 27% отдали предпочтение таким журналам как "Вокруг света", "Чудеса и приключения", "Юный натуралист", "Фис" и другие. Из этого следует, что учащиеся любят ту прессу, которая выполняет не познавательную, а развлекательную функцию. Но некоторые все же предпочитают читать газеты и журналы, которые способствуют их общему развитию.

На вопрос, "Какие ТВ программы вам нравятся?" практически все подростки ответили, что им нравится смотреть и развлекательные и научно-познавательные (78%) и лишь 22% ответили, что иногда смотрят информационные, что говорит о том, что у детей более важным является желание развлечься, чем получить информацию об окружающем их мире.

На 4-ый вопрос, "Какие вас фильмы привлекают больше зарубежные или отечественные?". Большинство подростков отдали предпочтение зарубежным фильмам 75%, в основном это боевики, комедии, фантастика, а иногда исторические. Остальные 25% опрошенных ответили, что их больше привлекают отечественные фильм такие как, "Бриллиантовая рука", "Особенности национальной охоты", "Брат" и другие. Зарубежные фильмы детям нравятся больше, потому что они насыщены спецэффектами, которые привлекают внимание детей.

На вопрос, "Сколько времени вы тратите на просмотр передач и фильмов? из этого вопроса стало ясно, что дети 15 лет смотрят телевизор более 4-х часов в день (89%), что намного меньше времени отводимого на выполнение домашнего задания. Это говорит о том, что учащиеся не стараются ограничить себя во времени просмотра телепрограмм, а на выполнение уроков отводится совсем немного времени.

На вопрос, "Ограничивают ли время просмотра ТВ ваши родители?" 67% учащихся ответили, что родители ограничивают время просмотра, если они дома и 33% ответили, что родители не контролируют время просмотра ТВ и они могут провести у телеэкранов столько времени, сколько захотят. Из этого следует, что родители недостаточно серьезно относятся к влиянию телевидения на развитие ребенка, не контролирует время просмотра и содержания телепередач.

На следующий вопрос, "С какой целью вы пользуетесь СМИ?" 72% ответили, что пользуются СМИ с целью развлечения и только 28% ответили, что от "общения" со СМИ стараются извлекать какую-либо информацию. Мальчики чаще, чем девочки относят к категории важной информации о спорте и компьютерных играх. Девочки чаще называют информацию о моде, здоровье, кинозвездах, певицах. Это говорит о том, что детей больше интересует информация, которая дала бы им возможность развлечься и отдохнуть, а не получить новые знания о науке, технике, экономике.

На вопрос, "Имеете ли вы возможность выхода в Интернет?" 35% ответили, что имеют компьютер дома и подключают Интернет сети, либо регулярно посещают Интернет-клуб 65% ответили, что не имеют возможности в Интернет.

На 9-й вопрос "Если вы пользуетесь Интернетом, то с какой целью?". Практически все подростки, имеющие выход в сеть, ответили, что им нравится общаться в молодежных чатах (57%), заводить новые знакомства, пользоваться электронной почтой, получать готовую информацию (рефераты) по предмету.

На основе проведенного опроса можно сделать вывод, что среди источников получения информации, среди подростков лидирует телевидение. Полученные данные свидетельствуют, что в сообщения СМИ учащиеся не ищут новые знания, а на первое место у них выходит желание развлечься. Также из результатов проведенного опроса стало ясно, что немногие подростки имеют возможность выхода в Интернет и работают с ним либо для получения какой-либо школьной информации, либо для развлечения.

Чем старше становится ребенок, тем больше он начинает проводить времени у телеэкранов, что отвлекает его от выполнения домашнего задания.

В анкетировании приняли участие 15 родителей учащихся школы, так как целью исследования являлось выяснение представлений родителей о качестве телевизионной и печатной продукции.

Родителям было предложено несколько вопросов:

- . Ваше отношение к влиянию СМИ на развитие подростка: отрицательное или положительное?
- . Покупаете или выписываете ли вы подростковые журналы и газеты?
- . Следите ли вы за тем, что смотрит ваш подросток по телевизору?
- . Ограничиваете ли вы время просмотра подростком телепередач?
- . Согласны ли вы с мнением, что сегодняшнее телевидение способствует агрессивности?
- . Ваше отношение к влиянию рекламы на подростка: отрицательное, положительное, нейтральное?
- . Если у вас есть доступ к Интернету, то с какой целью подросток пользуется им?

. Как вы считаете, в чем состоит отрицательное влияние телевидения на развитие подростка?

На первый вопрос, 79% родителей считают, что СМИ могут воздействовать как положительно, так и отрицательно на развитие их детей, в то время как 23% считают, что нынешние СМИ могут оказать лишь отрицательное воздействие на развитие подрастающего поколения. Из этого следует, что в основном родители осознают, что СМИ могут сыграть негативную роль в развитии ребенка.

На 2-й вопрос, "Покупаете ли вы подростковые журналы, газеты?" только 34% из опрошенных ответили, что регулярно покупают или выписывают своим детям прессу, а остальные 66% ответили, что если подросток интересуется каким-либо журналом, то либо берет его в библиотеке, либо покупает его сам. Это свидетельствует о том, что не многие родители могут позволить выписывать журналы, т.к. они являются недоступными по своей цене или подросток не интересуется юношеской прессой, а предпочитают читать то, что покупают родители для себя.

На вопрос, "Следите ли вы за тем, что смотрит ваш подросток по телевизору?" 65% родителей ответили, что иногда следят за тем, что подросток смотрит по ТВ. 35% ответили, что регулярно смотрят за тем, чтобы передачи и фильмы соответствовали их возрасту. Это говорит о том, что многие родители не всегда могут проконтролировать просматриваемые подростком передачи и фильмы, которые могут отрицательно воздействовать на их развитие.

Из ответа на вопрос, "Ограничиваете ли вы время просмотра подростком телепередач?" стало ясно, что многие родители стараются ограничивать время, отводимое подросткам, а просмотр телепередач и фильмов (78%) и только 22% замечают, что не могут проконтролировать то, чем занимаются в свободное время, и они могут смотреть телевизор сколько захотят. Это значит, что не все родители могут, а может быть не хотят ограничивать время, отводимое подростку на просмотр различных программ, которые могут не соответствовать их возрасту и отрицательно воздействовать на личность.

На вопрос, "Согласны ли вы с мнением, что сегодняшнее телевидение способствует агрессивности?" 53% родителей ответили, что не согласны с таким мнением, 47% родителей выразили полную уверенность в том, что некоторые зарубежные мультфильмы и многие, как отечественные, так и зарубежные фильмы (боевики, мистика), которые транслируются как днём, так и вечером, способствуют

агрессивности.

Из всех вариантов в вопросе "Ваше отношение к влиянию рекламы на подростка: отрицательное, положительное или нейтральное?" 89% родителей согласились, что реклама отрицательно воздействует на подростков своими яркими и притягивающими картинками и, естественно, не каждый родитель хочет покупать дорогие, а может быть дешёвые товары для своего подростка.

На 7-ой вопрос, "Есть у вас есть доступ к Интернету, то с какой целью подросток пользуется им?" 84% родителей ответили, что их подростки посещают Интернет-клубы, с целью общения в чатах, поиграть в различные игры или просто "побродить по паутине".16% ответили, что их подростки выходят в Интернет, только для получения какой-либо интересующей информации.

Страница 15 из 25

На последний вопрос, "Как вы считаете, в чём состоит отрицательное влияние телевидения на развитие подростка?" большинство родителей указали на то, что, на телеэкране много того, что следует показывать после 23 часов, т.к. много сцен насилия, секса и т.д.15% указали, что очень мало передач о духовности, нравственности, которые могли бы воспитывать в подростке положительные качества.

Анализ мнений родителей о влиянии средств массовой информации на развитие подростков показал, что родители в основном понимают как положительное, так и отрицательное влияние ТВ на их подростков. Однако большинство считает себя бессильными изменить ситуацию, связанную с просмотром подростками агрессивных фильмов и передач, особенно родители учащихся старших классов утверждают, что подростки выбирают сами, что им смотреть, хотя они стараются им советовать просмотр той или иной передачи. Также при анализе результатов опроса родителей было выяснено, что многие родители ограничивают время просмотра подростками телепередач и согласны с мнением, что сегодняшнее телевидение способствует агрессивности. По оценкам родителей старшеклассников их дети проводят у телеэкрана более 4-х часов в день, в то время как младшие школьники тратят на просмотр передач чуть более 2-х часов. Анкетирование показало, что немногие родители выписывают журналы и газеты, т.к. их подростки либо не интересуются ими или берут их в библиотеке. Причина в том, что в настоящее время они являются достаточно дорогими.

На основе результатов опроса родителей мы выяснили, что многие родители одобряют посещение их детьми Интернет-клубов, мотивируя это тем, что благодаря сети подростки могут получить нужную им информацию, а если дома есть компьютер, то не препятствуют желанию подростка подключиться к Интернету, т.к. считают, что Интернет может быть союзником подростка в обучении.

В выполнении функции телевидения как фактора, влияющего на социальное культурное развитие подростка, зависит от содержания передач, определенных в сетки вещания того или иного телевизионного канала.

Анализ программ зарубежного и отечественного производства показал, что наибольшее количество среди передач занимает отечественное, они составляют 93%. Информационно - познавательные передачи ("Новости", "Сегодня", "Время" и другие) транслируются в течение дня от 4 до 5 часов. Как выяснилось, среди наиболее транслируемых программ на канале РТР и НТВ являются художественные фильмы, за ними следуют игровые и развлекательные передачи, ток - шоу, которые ежедневно транслируются по разным телеканалам ("Принцип домино", "Что хочет женщина?", "Своя игра", "Пусть говорят").

Одним из самых развлекательных каналов является канал СТС, в течение дня он транслирует различные ток - шоу, мультсериалы, подростковые сериалы и развлекательные программы. При анализе телепередач мы выяснили, что самым "агрессивным" телеканалом является канал НТВ, так как большое количество криминальных новостей и передач, рассказывающих подробно об убийствах, насилии и грабежах, а также боевиков как зарубежного, так и отечественного производства транслируется в течении недели на этом канале. А одним из самых развивающих телеканалов является канал "Культура", т.к. наибольшее количество познавательных для подростков передач, таких как "Перепутовы острова", "Новости культуры", "Секреты пропавших империй" и другие, транслируется именно на этом канале. Но известно, что канал "Культура" занимает не первое место в рейтинге ТВ каналов среди молодежи.

Анализ газет и журналов для подростков свидетельствует о том, что появилось большое количество журналов, особенно для молодёжи, как на прилавках киосков, так и в библиотеках. Большинство из них сделано из качественной бумаги и имеют современное и качественное оформление. Среди них и журналы "Ом", "Студенческий меридиан", "Мотодор", "Музобоз", "Ровесник" и многие другие. Но практически все они выполняют развлекательную функцию, рассказывая о жизни

молодёжи, музыке, актёрах, новинках кино и о других интересных для подростков темах. Их анализ показал, что существуют и такие журналы, которые способствуют всестороннему развитию подрастающего поколения. Но конечно, их намного меньше, чем досуговых журналов. Среди таких журналов можно выделить следующие: "Фис" - журнал для подростков, занимающихся физкультурой и спортом, "Моделист-конструктор" - для детей, увлекающихся конструированием, "Юный натуралист", "Сам" - журнал, обучающий различным поделкам из дерева, бумаги и другого материала, "Абитуриент" - для подростков, собирающихся поступать в ВУЗы и другие.

Из приведённого анализа можно сделать выводы, что наряду с большим количеством молодёжных развлекательных журналов существуют различные познавательные журналы для подростков, которые положительно влияют на развитие подростка, но, как правило, их стоимость дороже, чем обычного развлекательного журнала. Тем самым они являются недоступными для многих семей. Анализ посещения подростками городских библиотек показал, что если дети нуждаются в печатной продукции познавательного характера, то они их не покупают, а берут в библиотеке.

Страница 16 из 25

Так как Интернет все больше и больше проникает в нашу повседневную жизнь, а в число познавателей сети включаются школьники подросткового возраста, появилась необходимость в изучении и анализе работы подростков с сетью Интернет, как социально - культурного фактора развития личности подростка.

Анализируя работу подростков в сети Интернет с помощью сотрудников Интернет - клуба "Сфера", мы выяснили с какой целью учащиеся пользуются Интернет - сетью методом наблюдения. Одной из главных целей выхода подростков в Интернет является потребность в общении со сверстниками, в новых знакомствах, в обмене информацией. Эту потребность они реализуют через так называемые чаты или разговоры текстом через Интернет, различного типа гостевые книги и доски объявлений и электронную почту. Одним из самых востребованных сайтов среди молодежи нашего города являются сайты их любимых исполнителей (www.Zemfira.ru и другие), где они могут получить самую разнообразную информацию (гороскопы, музыкальные новинки, жизнь сверстников, открытие и многое, многое другое). Одних привлекает возможность общаться от имени разных лиц, бесплатные электронные адреса можно зарегистрировать на любую вымышленную фамилию, другие компенсируют недостаток общения в

повседневной жизни, третьи используют Интернет как способ самоутверждения. К тому же Интернет позволяет подросткам добывать именно ту информацию, которой нет в других средствах массовой информации, тем более, по мнению работников Интернет-клуба, степень доверия к сведениям, почерпнутым в сети выше, так как они намного разнообразнее и шире.

По результатам наблюдений за подростками, увлеченными работой в сети Интернет, можно сделать вывод, что сначала ими владеет жажда получения новой, не слишком содержательной информации. Затем усиливается потребность в легком общении со сверстниками, во множестве контактов, позволяющей этой информацией обмениваться. Они рассматривают "все подряд", лишь не многие задерживают внимание на чем-то заинтересовавшем. Подростки с удовольствием просматривают школьные странички, что также является одним из мотивов работы в Интернете: жизнь ровесников интересует их гораздо больше, чем дела взрослых. Другим мотивом активной работы в Интернете можно назвать юношескую ориентацию на большие достижения в жизни, стремление к демонстрации своих успехов. Подростки хотят представить в Интернет информацию о себе и своих школах, увидеть самим и показать друзьям свои "продукты творчества" с помощью приемов работы HTML - языком представления информации в Web. Учащиеся в большинстве своем сознают, что овладение выше перечисленными умениями и навыками поможет им в дальнейшем - в продолжение образования и последующей работе.

Мы определили некоторые **критерии**, по которым в дальнейшем исследовали влияние СМИ на социальное воспитание подростков. К ним мы отнесли:

- экстравертированность и интровертированность;
- эмпатию, которую испытывает подросток к телегероям;
- информационность;
- агрессивность;
- ежедневное время, отведенное на СМИ.
- По отношению к социальной психике массовая информация выполняет несколько особо значимых ролей:
 - Во-первых, роль регулятора динамических процессов социальной психики;
 - Во-вторых, роль интегратора массовых настроений;
 - В-третьих, канала циркуляции психоформирующей информации.
- Все это делают органы массовой информации могучим средством воздействия на конкретного человека, а значит, и на социальные группы.

- Эмпатия, которую испытывают телезрители по отношению к телегероям, мы взяли как один из критериев влияния СМИ на социальное воспитание, т.к. в процессе потребления информации задействуются такие своеобразные рычаги социально-психологической структуры личности, как потребности, мотивы, интересы, установки, определяющие отбор информации и отношение к ней. Социально-психологические особенности несовершеннолетнего возраста это: повышенная потребность в социальном общении; необходимость самоутверждения, усиление авторитета друзей на фоне падения авторитета родителей обуславливают повышенную внушаемость и склонность подражать кумирам в выборе одежды, стиля жизни, поведении. Проповедуемый в голливудских фильмах, практически ежедневно демонстрируемый российским телевидением, стиль жизни, основанный на власти денег, наживы, силы, - стал в короткий срок как бы общепризнанным, как бы "официальным" в среде нашего общества, особенно в молодежном его спектре.
- Результатом влияния СМИ является привыкание к росту преступности, формированию неоправданной терпимости по отношению к ней. Тем самым в обыденном сознании как бы снимаются психологические барьеры, стоящие на пути нарушения уголовного закона, препятствующие переходу на путь совершения преступлений. Следовательно, агрессия также имеет место в данном процессе.
- Информационность, как один из критериев, был взят для того, чтобы определить какого рода информацию и в каких объемах больше получают молодые люди: либо имеющую развлекательный характер, либо познавательный и т.д.
- Ежедневное время, которое молодежь проводит перед телеэкранами, за чтением газет и журналов, слушанием музыки и перед компьютером позволит определить уровни влияния СМИ и подвести общее количество часов, затраченных на данные виды коммуникации. Итак, наше исследование проходило на базе МОУ-НОШ № 40 в 9 классе ст. Ленинградской, Краснодарского края. Средний возраст испытуемых 15-16 лет. В данных классах 19 человек. Для определения влияния СМИ нами были выбраны различные тесты и анкеты (см. "Приложение"), проводились беседы, т.е. использовались все те методы, которые дали бы информацию о наличии или отсутствии этих критериев у данной категории людей. В ходе исследования была составлена таблица, в которой отражалась данная информация (таб.3). Каждому ученику был присвоен некий номер, напротив него в каждой колонке критериев ставились знаки "+" или "-", что говорит о наличии или отсутствии

данного свойства у каждого из испытуемых. За исключением первой и последней, где отмечены психологический тип и количество часов.

• Таблица 3

Критерий	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	Экстраинтро-вертированность	
ЭЭЭЭИЭЭЭИЭЭЭЭИЭЭИИ	Эмпатия	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Информцион-ность	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Агрессив-ность	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Ежеднев-ное время	4-5 ч.	2-3 ч.	3 - 4 ч.	5-6 ч.	4-5 ч.	2-3 ч.	3 - 4 ч.	2-3 ч.	7-8 ч.	3 - 4 ч.	5-6 ч.	7-8 ч.	5-6 ч.	3 - 4 ч.	3 - 4 ч.	7-8 ч.	2-3 ч.	4-5 ч.	3-4 ч.		

Страница 17 из 25

- Таким образом, рассматривая полученные данные на уровнем подходе, мы выявили три уровня. К высокому уровню влияния СМИ мы отнесли тех подростков, у которых наблюдалось наличие 4 критериев, т.е. эмпатия, агрессивность, информационность, большое количество времени, которое потрачено на СМИ.
- К среднему уровню влияния СМИ были отнесены те подростки, у которых было соответствие 2-3 критерия, а к низшему - тех, у которых было соответствие 2 и меньше критериям. Таким образом, у нас получилось, что к высшему уровню принадлежат 5 подростков, к среднему - 9 подростков, к низкому - 5 подростков.
- В процентном отношении получились следующие результаты (таб.4):
- Таблица 4

УровниКоличество подростков в процентном соотношенииВысокий26%Средний49%Низкий25%

- Таким образом, нами были выявлены три уровня влияния средств массовой информации на социальное воспитание подростка.
- Если рассмотреть результаты более внимательно, то становится понятно, что высший и низший уровни приблизительно одинаковы и составляют 26% и 25%, но самую большую численность составляют подростки, которые относятся к среднему уровню.
- Тщательно проанализировав все исходные данные можно сделать выводы о том, что:
- среди наших испытуемых большую часть составляли экстраверты (73%), тогда как интровертов было всего лишь 27%;

- эмпатию или чувство сопереживания героям испытывает большая часть испытуемых (63%) и 37% подростков не испытывают особо сильных эмоций при просмотре кинофильмов или телепередач и реалити - шоу;
- подростки, которые больше предпочитают информационные передачи, газеты или часто ищут информацию, касающуюся обучения, в Internete и т.д. составляют 64,5%, тогда как подростки, интересующиеся разнообразными развлекательными передачами, составляют 35,5%;
- 36% от общего числа испытуемых присуща некоторая степень агрессии и раздражительности;
- что касается ежедневного времени, которое подростки отводят просмотру телепередач, кинофильмов, прослушиванию радио, чтению газет и журналов, а также Интернету, то у нас получились следующие результаты: 21% учащихся уделяют ежедневно СМИ 2 - 3 ч., 37% - 3 - 4 ч., 16% - 4 - 5 ч., 16% - 5 - 6 ч. и 10% - 7 - 8 ч.

Таким образом, проанализировав полученные нами результаты, можно сделать некоторые выводы.

Средства массовой информации, безусловно, влияют на социальное воспитание современной молодежи. Примерно половина данной категории населения нашей страны ежедневно смотрит разнообразные телепередачи, кинофильмы и, ставшие такими популярными в наше время, реалити-шоу, читает газеты и журналы, слушает песни отечественных и зарубежным певцов, а также "затянута" в сети Interneta до пяти часов.

Нельзя отрицать, что все менее популярным становится чтение классической литературы и прослушивание классической музыки. В основной своей массе люди, которые больше склонны к сопереживанию героям, плохому настроению из-за просмотра "тяжелого" фильма составляют женщины, то есть им больше свойственно проявление эмпатии. Мужчины же реже подвержены этому влиянию.

Информация, которую предпочитает молодежь, по своему стилю разнообразна, но чаще, все-таки, молодые люди выбирают информацию, касающуюся обучения, хотя многие (чаще девушки, нежели юноши) смотрят развлекательные телепередачи, реалити-шоу, кинофильмы, покупают и читают журналы о любимых героях, звездах шоу бизнеса и т.д.

Нельзя не заметить тот факт, что большинство наших испытуемых составляют экстраверты, следовательно, есть определенная система воздействия средств

массовой информации на личность. Как отмечалось выше, данные стратегии функционирования массовой информации влияют не только на создание управляемых масс, но и на коммуникабельные способности. Были проведены тесты на выявление коммуникабельных способностей подростков, с помощью чего выявлена взаимозависимость данных способностей и СМИ. А также нами было отмечено, что такие критерии, как агрессия и эмпатия также обуславливают друг друга. Подростки с ярко выраженной эмпатией к своим героям обладают некоторой степенью агрессивности, т.е. прослеживается некоторая закономерность между двумя явлениями.

Мода, как один из видов средств массовой информации, также был затронута в ходе нашего наблюдения и были выявлены следующие закономерности. Подростки, которые ежедневно смотрят телевидение, читают модные журналы и газеты, а также часто бывают в Интернете, более внимательно относятся к современным тенденциям моды, они стараются выглядеть "модно". Многие из них часто обращают внимание то, как одеты кинозвезды и представители шоу бизнеса (71%). Интересно и то, что многие испытуемые, давшие такой ответ, - представительницы прекрасного пола, тогда как юноши относятся к новинкам моды более равнодушно. 69% молодых людей хотели бы выглядеть как та или иная "звезда", у многих есть кумиры.

Каждый вид средств массовой информации пользуется интересом у молодежи по-разному. В анкете многие указали, что отдают предпочтение все-таки телевидению, и данная категория подростков составила 38% от общей массы опрошенных, на втором месте в рейтинге популярности стоит радио, прослушивание музыки (29%). Интернетом заинтересовано 24% опрошенных, чтением газет и журналов - 9%.

Страница 18 из 25

Конечно же, полученные результаты не дают нам полного права утверждать, что данная ситуация существует на всей территории нашей страны, т.к. есть ряд объективных причин, обуславливающих такие данные:

1. Многие подростки не имеют компьютеров, а уж тем более доступа к Интернету.
2. Средства массовой информации не настолько развиты в нашей станице, насколько развиты, например, в г. Краснодаре или другом городе нашего края.

3. Охваченная в ходе исследования группа испытуемых мала по своей численности.

Подводя итоги, нами была составлена таблица, в которой отражена вся информация по полученным результатам (табл. 5).

Таблица 5

Средства массовой информацииКоличество учащихся, придающее большее значение данному СМИТелевидение38%Радио29%Печать9%Интернет24%Мода67%

Интересно то, что в настоящее время чтение уступает телевидению, а мода волнует, грубо говоря, половину населения. По результатам психологических исследований, основная причина переживаний и неуверенности в себе - пресловутые средства массовой информации - кино, телевидение, гляцевые журналы, с которых улыбаются совершенно красивые люди. И не важно, что красавицам едва за двадцать, что половину своей бессознательной жизни они проводят в спортклубах и соляриях, что даже после этого их недостатки замазывают визажисты и заглаживают компьютеры. Хочется отметить, что в последнее время возросла роль Интернета в формировании представления учащихся школ об учебной информации. Многие уверены, что поиск информации в библиотеках - уже устарел, а нужную тему реферата или доклада, например, всегда можно найти в Интернете. В США не первый год исследуют проблему IAD - Интернет-зависимости, сопровождающейся повышением температуры, лихорадкой, отеками, дрожанием рук и пальцев, нервными тиками. Пациенты с таким диагнозом проводят за компьютером 16-18 часов в сутки, жалуются почти на наркотическую зависимость от Интернета - желание как можно скорее подключиться к сети, едва проснулись или вернулись домой, и состояние угнетенности или агрессии, если это не удастся сделать. Самая большая возрастная группа с такими жалобами - подростки от 14 до 19 лет.

2.2 Формирующий эксперимент по реализации программы условий позитивного влияния СМИ на развитие личности подростка

Средства массовой информации в целом оказывает заметное влияние на самые различные аспекты воспитания и просвещения подростков, а также прямо и

косвенно воздействуют на формирование их мировоззрения, на эстетический вкус.

На формирующем этапе опытно-экспериментальной работы нами была поставлена **цель** реализовать программу эффективности условий влияния СМИ на подростков.

К основным условиям позитивного влияния на развитие личности подростка относят:

) Контроль со стороны родителей;

) Учет возрастных и индивидуальных особенностей детей;

) Своевременное приобщение подростка к средствам массовой информации.

Многие ученые не рекомендуют детям до 3 лет смотреть телевизор больше 15 минут;

) Ограничение подростка в общении со СМИ не должно рассматриваться как метод наказания. Лучше заменить просмотр телевизора прогулкой или общением со сверстниками;

) Ограничение время просмотра телевизора или работы с компьютером или совмещение их с делами по дому;

) Совместный анализ вместе с подростками увиденной передачи или прочитанной статьи и с акцентом на развитие критического мышления.

Современная ситуация предъявляет новые требования к познавательной деятельности подростка, восприятие и переработка информации, поступающей по различным коммуникативным каналам, делают необходимый акцент на развитие критического мышления. Умение анализировать информацию, выделять главное в информационном сообщении, понимать направленность коммуникации, скрытый смысл сообщений становится необходимым на стадиях обучения. Однако провозгласить приоритетом принцип развития - значит последовательно, поэтапно провести работу по информированию навыков и приемов работы с информацией. В частности, для начальных этапов медиа-образования в гуманитарных предметах целесообразным представляется достижение целей обучения предмету через следующий порядок формирования медиа-образовательных умений:

умение вычленять главное в информационном сообщении;

понимание цели коммуникации, направленность информационного потока;

аргументация собственных высказываний;

умение находить ошибки в получаемой информации;

умение находить требуемую информацию в различных источниках;

умение извлекать из предложенной информации, данные и представлять ее в табличной или другой форме;

представление об инструментарию подготовки, передачи и получении информации и первоначальные умения работы с этим инструментарием.

Страница 19 из 25

Все это может благоприятно воздействовать на успешное развитие личности подростка под влиянием средств массовой информации.

На формирующем этапе опытно-экспериментальной работы мы применили одно из условий успешного развития подростка под воздействием средств массовой информации - контроль со стороны родителей.

На формирующем этапе опытно-экспериментальной работы для родителей нами было проведено родительское собрание на тему: "Средства массовой информации: польза и вред" (см. ниже).

Родительское собрание: "СМИ: польза и вред".

Любая информация, будь то рекламные объявления, киноленты, компьютерные игры или музыкальные видеопередачи, может оказывать как позитивное, так и негативное влияние на вашего ребенка. Вы можете ограничить вашего ребенка в получении определенного рода информации, также как ограничиваете его, например, в приеме пищи, которую считаете не полезной для его здоровья. Давайте рассмотрим несколько примеров.

Употребление алкогольных напитков и курение. Средства массовой информации просто пестрят материалами о курении и спиртных напитках. Дети видят, как курят их любимые киногерои. Сигареты и алкогольные напитки являются неотъемлемой частью посещения концертов и спортивных мероприятий. Реклама и кино показывают сексуальных любимчиков публики с сигаретой в зубах, потягивающими виски, утверждая, что "все так делают". Реклама склоняет подростков к курению и употреблению спиртных напитков. Подростки,

просматривающие тонны рекламы пива, вин, ликеров и сигарет, соглашаются с тем, что она побуждает у них желание подражать увиденному. Не случайно три наиболее широко рекламируемых марки сигарет являются наиболее популярными среди подростков. Разработчики рекламы сигарет и алкогольных напитков умышленно упускают негативную информацию о своей продукции. В результате молодые люди не подозревают о том, какому риску они подвергаются, используя их. Иногда также поступают телевидение и печатные издания. Например, журнал печатает материалы о причинах возникновения онкологических заболеваний, но не указывает одну из основных причин - курение. Знает ли ваш ребенок, почему так происходит? Ответ может быть простым: владельцы журнала получают деньги за размещение рекламы сигарет в своем журнале или даже владеют другой компанией, занимающейся производством сигарет.

Как уживаются в одной рекламе стройные тела и жирная пища? Средства массовой информации широко рекламируют нездоровое питание, одновременно призывая людей терять лишний вес и поддерживать стройную фигуру. С другой стороны, повальное увлечение телевидением отвлекает людей от занятий физическими упражнениями. Исследования показали, что девочек всех возрастов волнует проблема собственного веса. Многие из них садятся на диеты в достаточно раннем возрасте. Средства массовой информации подчас пропагандируют нереальный внешний вид идеального человека. Часто хорошо сложенный человек, изображения которого демонстрируются на экране или в печатных изданиях, является образом, сложенным из частей разных людей. Этот монтаж создается с использованием дублеров, аэрографов и компьютерной графики.

Насилие. С самого раннего возраста у детей воспитывается отношение к насилию, с которым они идут по жизни. Хотя больше всего уделяется внимание изучению насилия на телевидении, исследователи полагают, что демонстрация насилия другими средствами массовой информации приносит подросткам не меньший вред.

) некоторая информация масс-медиа делает детей агрессивными по отношению к окружающим. Их учат прибегать к насилию вместо поиска компромиссных решений конфликтных ситуаций;

) насилие на масс-медиа позволяет детям принимать насилие реального мира и относится менее бережно к окружающим.

Часто разлагающая работа средств массовой информации не видна сразу. Дети могут не проявлять навязанных им убеждений, например, до подросткового

возраста.

Основы грамотного восприятия средств массовой информации. Родителям следует внимательно относиться к тому, какие телевизионные программы смотрят их подростки, в какие компьютерные игры играют, какие журналы читают. Однако, учитывая тот факт, что средства массовой информации окружают нас повсюду и не могут поддаваться жесткому контролю со стороны родителей, одним из методов фильтрации поступающей информации является развитие у подростков способностей правильно ее анализировать и оценивать. Другими словами, дети должны обладать грамотностью общения с масс-медиа или получить образование масс-медиа.

Также как подростки учатся относиться критически к доступной им печатной информации, также они должны поступать с тем, что видят и слышат. Вы можете научить вашего подростка видеть явные и скрытые стороны информации, поступающей из масс-медиа. Как только ваш подросток получит навыки грамотного общения с масс-медиа, он начнет задавать вопросы и думать над тем, что он смотрит, читает или слушает. И ему начнет это нравиться!

Страница 20 из 25

Основы грамотного общения с масс-медиа, которые должен знать ваш подросток, следующие:

. Все, что мы видим на экранах наших телевизоров, читаем на страницах прессы, слушаем по радио и т.д., создано руками обычных людей. Над созданием любого сообщения трудится определенная группа людей, которые решают, каким ему быть, что пускать в эфир, а что можно "вырезать". Любое сообщение преследует конкретную цель.

. Любой вид средств массовой информации пользуется определенными правилами или говорит на конкретном языке. Например, для привлечения внимания читателей газеты, некоторые заголовки печатаются более крупным шрифтом; звуковые масс-медиа используют музыку для стимулирования определенных человеческих эмоций. Когда подростки будут знать об этих нюансах, они начнут понимать, с какой целью делается то или иное сообщение, и не будут безропотно попадать под влияние.

. Одно и то же сообщение будет восприниматься по-разному разными людьми. То, как человек воспринимает получаемую информацию, зависит от его личного

жизненного опыта, возраста, моральных ценностей, воспоминаний и образования.

. Каждое сообщение средств массовой информации несет свои ценности и точку зрения. Подростки должны уметь сравнивать свои ценности с предлагаемыми. Важно, чтобы подросток знал, что у него есть выбор, принимать или не принимать их.

Ежедневно масс-медиа предоставляют сообщения. Помимо ответов на вопрос "как и почему создаются сообщения масс-медиа?", родители или другие взрослые могут помочь подросткам в разном возрасте развивать навыки грамотности восприятия поступающих сообщений. Поиграйте с вашими подростками.

Как создаются сообщения масс-медиа. Следующие упражнения развлекут ваших подростков и заставят задуматься над тем, кто работает над созданием таких сообщений и почему.

Пусть подросток выберет какое-нибудь сообщение и ответит на приведенные ниже вопросы. Наиболее удобны в этом случае телевизионные коммерческие выпуски, так как, обычно, они представлены в краткой форме и содержат убедительные слова и выражения, образы и музыкальное оформление. Также можно поработать над видеоиграми или музыкальными программами. Выбирать можно бесконечно.

. Опишите людей, которые заняты в создании этого сообщения. Это могут быть писатели, фотографы, дизайнеры, профессионалы спецэффектов или каскадеры.

. В зависимости от того, какого рода сообщение вы выбрали, поговорите о выборе используемых визуальных эффектов (освещение, угол съемки, создание образов с помощью компьютерной графики и т.д.). Можно поговорить о звуковом оформлении (какие слова произносятся, кто их произносит, музыкальное сопровождение, спецэффекты и др.). И, наконец, задайте вопросы: Для чего были выбраны все эти эффекты для данного сообщения? Усиливают ли они значение и восприятие предлагаемой информации?

. Обсудите цели выбранного сообщения. Какие цели преследуют создатели сообщения: подача информации, побуждение вас к определенным действиям (например, покупка конкретного продукта), просто развлечение и создание хорошего настроения? Часто настоящее значение сообщения спрятано как бы между строк. По мере того, как подросток научится отвечать на подобные вопросы, он получит возможность видеть настоящий смысл предлагаемых сообщений.

. Что думает ваш подросток об услышанном или увиденном? Согласен он или нет с предлагаемым сообщением и почему? Причины, по которым сообщение может быть принято или отвергнуто, - его достоверность и совпадение с личными моральными ценностями.

Игра "Определите спонсоров". Помогите подросткам научиться различать обычные программы и рекламную информацию их спонсоров. Это может быть не так уж просто во время просмотра передач, так как многие рекламные ролики представляют героев любимых телевизионных передач.

Проведите "тест вкуса" для сравнения широко рекламируемых марок с общепринятыми или не рекламируемыми. Проведите эксперимент, например, с сухими завтраками или безалкогольными напитками. Посмотрите, могут ли ваш подросток и его друзья определить разницу и какова степень влияния рекламы на их оценки.

Просмотрите газетные заголовки, фотографии и расположение статей на странице в газете или журнале. Как они влияют на выбор предмета чтения вашего подростка? Прочтите несколько статей и проанализируйте, насколько их содержание соответствует заголовкам и фотографиям.

При совместном просмотре кинофильмов, видеокассет и видеоигр, поговорите с подростком о том, что происходит на экране и насколько происходящее соответствует реальной жизни. Например, сможет ли человек вести автомобиль на бешеной скорости по узкой улице и не расквасить автомобиль?

При покупке продуктов сравнивайте продукты с рекламными "завлекалочками", знакомыми вашему подростку. Обращайте внимание на ингредиенты, наклейки и упаковку. Говорится ли что-нибудь об этом в рекламе? Дает ли реклама конкретную информацию о продукте? Насколько реальный продукт соответствует рекламной информации или изображению на упаковке?

Страница 21 из 25

Сколько марок пива, сигарет или других подобных продуктов может назвать ваш подросток? Если она назовет хотя бы один, это может стать первым шагом для начала разговора о влиянии рекламы. Обсудите с ним степень риска для здоровья употребление этих продуктов и, что говорится об этом в рекламной информации.

Смотрите с вашими подростками музыкальные видеоклипы. О чем они? Соответствует ли видео - история словам песен? Какие чувства вызывает у вашего подростка просмотр видео? Замечает ли ваш подросток какие-нибудь стереотипные образы, насилие или эротику? Показаны ли факты табакокурения, употребления алкогольных напитков или наркотиков? Попробуйте посмотреть видеоклипы с выключенным звуком и посмотрите, насколько отличается их восприятие.

Домашние правила обучения масс-медиа. Начните с самого раннего возраста ребенка, когда большая часть сообщений масс-медиа поступает в домашних условиях. Родители могут помочь подросткам лучше воспринимать эти сообщения.

Составьте план. Заранее спланируйте время, объем и вид получаемой информации масс-медиа так же, как вы планируете любую другую деятельность.

Ограничьте время. Ограничьте время просмотра телевизора, видеомагнитофона, игры на компьютере и путешествий в сети Интернет. Американская академия педиатрии не рекомендует выделять более 1-2 часов в день на просмотр телевидения для старших детей, а детям до 2 лет смотреть телевизор вообще не стоит.

Выделите основные направления получаемой информации. Помогите подросткам выбрать видеофильмы, программы для просмотра или видеоигры, которые соответствуют их возрасту и интересам. Заведите привычку составлять своеобразный рейтинг передач для просмотра вашими подростками и давать родительские наставления, касающиеся информации, поступающей из масс-медиа. Используйте этот рейтинг в принятии решений, какие сообщения масс-медиа следует узнать вашим подросткам.

Будьте настойчивы и доступны при постановке правил получения информации вашими подростками. Если вы не одобряете их выбор, объясните, почему и помогите им выбрать что-то более подходящее по вашему мнению.

Не ставьте телевизоры, видеомагнитофоны, видео-приставки или компьютеры в детской спальне. Поставьте их там, где вы сможете контролировать их использование. Если же все-таки эта техника находится в спальне, вы должны быть в курсе их вкусов. Если у них есть доступ в Интернет, контролируйте их, когда они находятся в режиме онлайн.

Сделайте просмотр совместным семейным занятием. Используйте малейшую возможность для совместного просмотра, прослушивания или прочтения информации, интересующей ваших подростков, и дальнейшего ее обсуждения. Научите ваших подростков во время непосредственного получения информации оспаривать ее или ставить под вопрос. Особенно это касается актов насилия, сомнительных фактов, обманчивых соображений или рекламных акций продукции, вредной для здоровья.

Задавайте вопросы вашим подросткам, вызывайте их на дискуссию, старайтесь сформировать жизненную позицию вашего ребенка - быть критичным к увиденному или услышанному из масс-медиа. Сравните, насколько совпадают жизненные ценности, которые вы стараетесь привить вашим детям и те, которые преподносятся с экранов телевизоров или страниц прессы.

После проведенного нами родительского собрания родители должны были в течение месяца поговорить со своими подростками о пользе и вреде средств массовой информации.

Заключение

Нами была выбрана актуальная тема "Влияние средств массовой информации и средств массовой коммуникации на формирование личности подростка". В рамках нашего исследования нами были выявлены виды и функции средств массовой информации.

Многочисленные психолого-педагогические и социологические исследования показывают всё возрастающую роль СМИ в жизни общества. Значение масс-медиа в жизни подростка не меньше, а может быть даже и больше, чем в жизни взрослого человека. Из этого следует вывод, что СМИ для современного подростка стали важнейшим источником информации о мире, в котором он живет.

Проблема влияния СМИ на сознание и поведение людей была затронута впервые в 70 - годы американскими учеными. В нашей стране она была затронута немного позже и сейчас проблема является недостаточно разработанной в теории и практике.

Проведенное нами исследование показало, что средства массовой информации могут воздействовать на развитие подростка как положительно, так и отрицательно, но отрицательных сторон, к сожалению, намного больше. Среди множества свойств сообщений СМИ выделим одно: масс-медиа как источник знаний более привлекательны для подростков, чем школьные уроки. Известен также и большой потенциал Сети Интернет, и перспективы использования Интернет огромны: это и создание школьных сайтов, и организация дистанционного обучения, которое может решать задачи очного образования, давать возможность языковой практики в общении онлайн-электронных конференциях со сверстниками, но все это является доступным не для всех школ, что говорит об экономических проблемах и недостаточном финансировании учебных заведений.

Страница 22 из 25

Из проведенного исследования следует, что подростки больше предпочитают читать развлекательную прессу, а среди источников получения информации лидирует телевидение. Полученные данные свидетельствуют о том, что в сообщениях средств массовой информации подростки не ищут новые знания, а на первое место у них выходит желание развлечься. Также стало известно, что родители осознают как положительное, так и отрицательное влияние ТВ на детей, однако большинство родителей не в силах что-либо сделать, чтобы изменить ситуацию, связанную с просмотром подростками агрессивных фильмов и передач.

На центральных телеканалах практически отсутствуют подростковые развивающие передачи. Также из результатов проведенного опроса стало ясно, что немногие подростки имеют возможность выхода в Интернет и работают с ним либо для получения какой-либо школьной информации, либо для развлечения.

В ходе исследования было выбрано пять критериев (экстра- и интровертированность, информативность, агрессия, эмпатия и ежедневное время), по которым определялось влияние СМИ.

На основании проведенного исследования мы сформировали рекомендации учителям и родителям по использованию средств массовой информации как социокультурного фактора развития личности подростка.

.Нужно как можно больше заменять просмотр телепередач общением с семьей. Включая телевизор, следует заняться вместе с подростком. Причем это "что-нибудь" должно быть ему интересно. Общаясь с подростком самое важное интересоваться его желаниями, уважать и любить его.

2. Можно поиграть с подростком в театр. Главное, здесь помочь подростку пережить настоящие эмоции, развить добрые чувства и в то же время дать ему возможность провести активно время.

.Родителям необходимо контролировать содержание передач, которые смотрят подростки.

.Родители должны анализировать вместе с подростком увиденную передачу или прочитанную статью.

.Родители должны контролировать время, которое подросток проводит у экранов телевизоров.

.Родителям следует находить время для совместного просмотра телепередач, а также для чтения различных журналов, газет. Необходимо поощрять подростка. Высказывать свою точку зрения по поводу увиденного или прочитанного.

.Очень важно ограничивать просмотр подростком количества ТВ рекламы.

.Подростки должны совмещать просмотр телепередач с прогулкой.

.Родителям и учителям нужно поощрять подростка учиться разбираться в том, какие передачи помогают ему задуматься, узнать что-то новое.

.Учителя должны давать домашнее задание на дом, с учетом использования СМИ, с целью повышения образовательного уровня подростков.

В ходе исследования были использованы различные литературные источники, а также мы проводили различные тесты, анкетирования, беседы с испытуемыми, что позволило сделать определенные выводы о данной проблеме.

Цель и задачи нашего исследования реализованы в полном объеме, выдвинутая гипотеза нашла свое подтверждение в ходе опытно-экспериментальной работы.

Литература

1. Афанасьева А.И. Агрессивное телевидение: социально-психологический анализ феномена. - М.: Социс, 2001, №8. - 97стр.;

. Африна Е. Школы, компьютеры, сеть, учителя и учебники. - М.: Народное образование, 2001, №8, - 156 стр.;

- . Булавинов И. Информация в надежных руках. - М.; Коммерсант, 2000 г.;
- . Воронов В.В. Педагогика школы в двух словах - М.: Педагогическое общество России, 1999 г. - 192 стр;
- . Грешневиков А. Информационная война. - М.: Русский мир, 1999 г. - 103 стр.;
- . Гриндер М., Лойд Л. НЛП в педагогике. - М.: Институт общегуманитарных исследований, 2001 г., - 320 стр.;
- . Гришаева Н.П. Социально-педагогические аспекты влияния СМИ на школьников. Начальная школа. 2001, № 8, - 76стр.;
- . Гриняев С.Н. Интеллектуальное противодействие информационному оружию. - М.: Синтег, 1999 г. - 56 стр;
- . Дайсон Э. Жизнь в эпоху Интернета: Relase 2.0. (Перевод с английского). - М.: 2000 г.;
- . Ермолаев В.Я. Педагогика доктора Дубровского. - Анапа, 1993 г., - 157 стр.;
- . Ефимов Е.М. Школьникам о телевидении. - М.: Просвещение, 1986 г. - 210 стр.;
- . Журин А.А. Информационная безопасность как педагогическая проблема. - М.: Педагогика, 2001 г., №4, - 55 стр.;
- . Зазнобина Л.С. Школа и СМИ. Педагогика, 1999 г., №5, - 75 стр.;
- . Зимняя И.А. Педагогическая психология. Ростов - на - Дону: Феникс, 1997 г., - 480 стр.;
- . Карлин А. Свобода одних не должна ограничивать свободу других. Независимая газета, 2000 г. №7, октябрь;
- . Князев М.Л. "Черная культура" и светлый человек. Педагогика, 2001, №3

Страница 23 из 25

- . Кондратьев Д.Н. Молодежное вещание на телевидении: проблемы и тревоги. Педагогика. - М.: 1998 г., №4
- . Карелин А.А. Психологические тесты. - М.: Владос, 2003 г.

- . Кушаева Н.А. Возрастная педагогика. Развитие ребенка от 0-17. - М., 1996 г.
- . Лосев Д.В., Проваукин Г.Г. Социальная педагогика. - М.: Владос, 1998 г.
- . Малахов Ю. Культпросвет. Российская газета, 2001, №3
- . Мельникова И.А. Вызываем огонь на себя. Бумеранг, 2001 г., №4
- . Назаров М.М. Средства массовой коммуникации и российское общество на пороге XXI века. Социально гуманитарные знания, 1999 г., №5
- . Пидкасистый П.И. Педагогика. - М.: Педагогическое общество России, 1989 г.
- . Погоченков А.А. Проблемы управления нравственно-эстетическим воспитанием молодежи. - М.: Социально гуманитарные знания, 1999 г., №6, 26. Плодласый И.П. Педагогика. Новый курс: учебник для студентов педагогических вузов. М.: Владос, 2002 г.
- . Психолого - педагогический словарь для учителей и руководителей общеобразовательных учреждений. Ростов - на - Дону, Феникс, 1998 г.
- . Радугин А.А. Психология и педагогика. - М.: Центр, 2000 г.
- . Расторгуев С.П. Очерк на тему информационной войны. - М.: Народное образование. 2008 г., №3
- . Расторгуев С.П. Философия информационной войны. - М.: Академия, 2008 г.
- . Сенько Ю.В., Тамарин В.Э. Обучение и жизненный познавательный опыт учащихся. - М.: Просвещение, 1990 г.
- . Смирнов В.И. Общая педагогика в тезисах, дефинициях, иллюстрациях. М.: Педагогическое общество России, 2000 г.
- . Собкин В.С. Телевидение и образование. Опыт социологических исследований 80-90-х годов. Образование и информационная культура. - М.: 2008 г. № 7;
- . Сухов А.Н. Деркач А.А. Социальная психология. - М.: Академия, 2001 г.
- . Тупичкина Е.А. Педагогические теории, системы, технологии. Часть 2. Армавир. Педагогическое общество России, 1998 г.
- . Харламов. Педагогика. - М.: Просвещение, 1997 г.

- . Хлопьев А.Т. СМИ как источник информационно-психологической неустойчивости. - М.: 1996 г.
- . Черномыс О. Чем опасен телевизор. Наш малыш. 1997 г., №5,
- . Цымбаленко С.Б. Российские подростки в информационном мире, 1998, №3;
- . Шакурова М.В. Социальное воспитание в школе. - М., 2004 г.,
- . Якушина Е.В. Обучение подростков целенаправленному поиску информации и работе в сети Интернет. Сборник материалов научно практической конференции молодых ученых. Педагогические технологии в средней образовательной школе: проблемы и перспективы". - М.: 1999 г.