

Содержание:

Введение

Актуальность. Средства массовой информации являются одной из наиболее активных и систематических форм распространения информации через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись с целью утверждения духовных ценностей общества и оказания идеологического, политического, экономического или организованного воздействия на оценки, мнения, поведение людей.

В своем общественном значении средства массовой информации превратились в мощное средство формирования и становления личности, в средство воспитания. Без средств массовой информации невозможно представить современную культуру и общественную жизнь. В связи с этим возникла проблема создания прикладных средств для использования этих знаний в практическом, целенаправленном воспитании ребенка.

Основным противоречием в решении проблемы влияния средств массовой информации на духовно-нравственные ориентиры детей и подростков является то, что, с одной стороны, существует реальная потребность общества в целенаправленном позитивном влиянии СМИ на духовное и нравственное развитие молодежи, а с другой стороны, при росте влияния средств массовой информации на поведение и сознание детей и подростков отсутствует информационная политика государства, которая была бы ориентирована на решение этой задачи.

Цель работы – выявить роль телевидения и средств массовой информации в воспитании школьников.

Гипотеза – для воспитания школьников необходимо применять различные средства массовой информации при следующих условиях:

- дозированного и качественного отбора информации;
- систематического применения в процессе воспитания;
- планового взаимодействия семьи и школы.

Из этого следуют **задачи**:

1. Изучить и проанализировать современное состояние проблемы применения средств массовой информации в воспитании школьников.
2. Провести опытно-практическую работу с использованием средств массовой информации при соблюдении всех условий.

Объект исследования: влияние ТВ и средств массовой информации на воспитание школьников.

Предмет исследования: поиск содержания и анализ влияния ТВ и СМИ на духовно-нравственные ориентиры школьников.

Теоретико-методологической основой работы являются исследования ученых, изучавших проблему социальной педагогики, воспитания школьников.

Методы педагогического исследования:

- изучение и анализ научной и методической литературы;
- анкетирование;
- наблюдение; беседа.

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

Глава 1. Теоретические аспекты влияния телевидения и СМИ на школьников

1.1. Телевидение и СМИ и их воспитательное и психологическое воздействие на школьников

СМИ как общественный институт по предметному основанию относится к институтам, действующим в духовной сфере наряду с такими институтами, как образование, культура. Располагается он в подгруппе института культуры как коммуникационный институт - общественный орган, через который общество посредством социальных структур производит и распространяет информацию, выраженную в символах. Выполняя, как и все общественные институты, регламентирующую функцию в обществе, коммуникационный институт

и его деятельность определяется свойствами социального пространства. Социальное пространство, являясь самым широким понятием, определяет социальную реальность, которой присущи пространственные и временные свойства, обуславливающие свойство структуры, и которая представляет определенный тип связи социальных позиций в определенный момент времени.

СМИ как социальный институт зависит от исторического процесса развития общества и, одновременно с этим, благодаря трансляции символического материала большим социальным группам, является источником социокультурных элементов, в частности других институтов общества.

Г. Лассуэлл, в середине XX в., рассматривал в качестве основных функций телевидения наблюдение за окружающим миром, корреляцию различных частей общества, передачу культурных ценностей. Ч. Райт расширил реализуемые телевидением функции, включив в них функцию развлечения и релаксации. Д. Маккуэд выделил мобилизующую функцию. В.Н. Ленин и А.В. Луначарский в первой трети XX в. выделяли функцию воспитания^[1].

Характер общественного строя, особенности исторического периода, специфика экономики определяли спектр и характер функций СМИ.

В настоящее время СМИ стало активным участником в национальной экономике, став частью отдельного и самостоятельного социально-экономического сектора медиаэкономики. Подверглось влиянию социально-политических изменений, произошедших в нашей стране в 90-е гг. Осуществляет свое развитие в соответствии с макропроцессами исторического развития человечества возникновением и формированием информационного общества. Все это, являясь «вызовом» для института СМИ, предполагает трансформацию и переосмысление его институциональных функций. Исходя из комплексного анализа сложившейся ситуации, можно говорить о следующих, отвечающих современному этапу развития СМИ, социальных функциях.

1. Функции, реализуемые символическим материалом в целом: функция социализации; функция формирования массового сознания; функция информирования; функция социального структурирования и развития; социально-интегрирующая или интегративная функция.

2. Функции, реализуемые определенным типом символического материала: информационно-аналитическая функция: культурно-просветительская или культурологическая функция; социально-управленческая (пропагандистская или

политическая) функция; образовательная функция; рекреативная или развлекательная функция; функция поддержания социальных институтов общества; и познавательно-адаптивно-моделирующая функция; организаторская функция.

3. Функции, реализуемые СМИ как бизнес-системой: экономическая функция; функция формирования субъект-субъектного взаимодействия со зрителем[2].

Являясь сложным социальным явлением, СМИ представляет собой:

- сложную коммуникационную и производственную систему со специфическими функциями, деятельностью и организационной структурой;
- систему аудиовизуальной, языковой и метаязыковой коммуникации;
- форму знания, воплощенного в производстве и накоплении символического материала;
- сложную систему социальных практик, включающих в себя большое число различных профессий, ролей, иерархий, соприкасающихся со всеми институтами общества и культурой.

На современном этапе развития общества информационно-коммуникационная сфера интенсивно развивается и начинает претендовать на системообразующее значение в функционировании общества, а сама информация обретает значение общественной ценности[3].

СМИ выполняет такие важнейшие социальные функции, как социализация, воспитание, образование, просвещение. СМИ играет активную роль в формировании массового сознания, во многом тот информационный поток, что несет телевидение, определяет настроение в обществе.

Ребенок отсеивает из получаемой от СМИ информации, знания о жизни в обществе, необходимые ему, знания о взаимоотношении людей и модели поведения, проецируемые на свою жизнь. Такие поступки и решения, которыми пытается воссоздать тот идеал, который ближе к его внутреннему миру, на который он стремится быть похожим в силу своих представлений о себе, жизни и окружающей его действительности.

Тысячу лет назад, когда человек владел четырьмя видами коммуникации - устной речью, музыкой, письменностью и живописью. В XV веке появилась печатная книга, а в XVII – журналы и газеты. В XIX веке произошел новый революционный этап, были изобретены фотография, радио, телефон, грамзапись, кино. В XX веке очень

широко распространяются телевидение, видео, магнит запись, факсимильная связь, компьютерные системы, полиграфия, космическая связь. Человек с раннего детства оказывается в окружении техно сферы, существенной частью, которой являются средства массовой коммуникации (СМИ), которые играют огромную роль в жизни человека.

На первые места вышли электронные средства, значительно потеснив письменные [4].

В современном информационном обществе в условиях кризиса традиционных институтов, основными агентами в воспитании общественного сознания и в воспитательном процессе подрастающего поколения является воспитание средствами массовой информации.

Показателем ценностных приоритетов молодого поколения может служить динамика потребления продукции СМИ. Социологические исследования говорят о том, что молодёжь увлекают телепрограммы развлекательного характера, а также программы, которые посвящены бизнесу и экономике. Так как это связано с общими изменениями ценностных ориентаций молодого поколения, так как все больше растут ценности потребления как товарного, так и духовного, заинтересованность к политике занимает невысокое место в шкале ценностей [5].

При всей неоднозначности роли СМИ в воспитании ценностного мира молодого поколения, создании жизнеспособной генерации распространились во все сферы социальной жизни; медиатизация определяет основные параметры социума, политики, индустрии, глобализация сети информационных технологий, в которую постепенно адаптируются отечественные структуры СМИ, соотношение информационных, детских, спортивных, художественных программ, кинофильмов практически такое же, как в Европе.

К изменению структуры досуга молодежи ведет и расширение сферы видео и кино культуры. Еще недавно большую роль, в социализации, в воспитании творческой активности и духовно-нравственных качеств молодежи играли учреждения культуры, однако с середины 80-х гг. стали возрастать возможности удовлетворения культурных потребностей в домашних условиях, которые изменили жизненные условия и придали свободному времени рекреационный характер.

Если ранее телепередачи строились в соответствии с социальными, возрастными, профессиональными, образовательными, что соответствовало ценностным

структурам социума как на макро - так и на микроуровнях, то на современном этапе структурированность исчезает и утрачивается.

СМИ сегодня аморфны, вторичны и расплывчаты. Если ранее существовал чёткий образ молодого человека, на который основалась вся структура СМИ, то сегодня, с потерей идентичности молодого человека исчезает и образ «идеального потребителя продукции СМИ», который необходим для функционирования технологической системы массовой коммуникации. При анализе программ независимых радиостанций кризис наиболее очевиден, из которого видно, что практически все эфирное они время отдают программам по заявкам и музыкальным клипам.

Только при создании воспитательной модели возможен выход из этого кризиса[6].

Нарастает склонность массовой аудитории – как телезрителей, так и читателей периодических изданий – к фрагментированию, что сопровождается сохранением власти централизованных институтов (радио, телевидения) в определении направления развития культуры СМИ.

Посмотрим с другой стороны, отсутствие достойного объекта для подражания в современной литературе и видео культуре отечественного производства последних лет, множество западных кино и видеофильмов с элементами жестокости или открытой ненависти, не даёт условий для позитивного самоутверждения молодёжи, определяют необходимость коррекции воспитательной политики, одной из важных задач которой должно стать воспитание образа молодого героя в рамках СМИ[7].

Исследований, посвящённых влиянию телевидения и кинематографа на детей, в мире, за последние 40 лет, было проведено более 1 000. Исследования проводились среди мальчиков и девочек, во многих странах мира, принадлежащих к различным расам, социальным группам и национальностям. Результаты исследований тем ни менее были практически одинаковы: агрессия на экране делает детей более агрессивными по отношению как к людям, животным так и к неодушевленным предметам. Это происходит по причине того что через телевидение внедряются ценности и модели поведения, которые принимаются или не принимаются обществом, взаимного влияние структур культуры кино и доминирующих ценностей молодежной среды.

Влияние культуры кино на воспитание детей и подростков оценивается не однозначно. Появление новых типов программ помогает молодому поколению как в

занятиях, так и в расширении кругозора, открывая при этом совершенно новые горизонты знания. Телевидение обладает также и мощным потенциалом знакомства молодого поколения с другими культурами и жизненными стилями, которые отличаются от их собственных, обладающих непривычными эстетическими характеристиками.

Вышеизложенное требует учета особенностей информационных программ для использования в социально-педагогической работе с человеком, особенно растущим. Техносфера, рождающая новые компоненты индустрии досуга и портативные средства трансляции информации, создает условия для развития человека, в частности, обогащения словарного запаса, овладения широким кругом информации. Но в то же время объективно она формирует слушателя, зрителя, то есть потребителя. Станет ли он активным субъектом культуры, зависит от многих дополнительных условий. Они могут обогащать человека, активизировать его позитивные возможности для созидательной деятельности, выполнения своего гражданского долга, но могут девоспитывать, вызывать низменные чувства и даже разрушать личность.

Использование возможностей СМИ в педагогических целях позволяет воспитывать у молодого поколения информационно-педагогическую культуру – один из показателей его воспитанности. Она проявляется в его отношении к различным видам СМИ, их содержанию, объему, качеству информации, а также к их целесообразному использованию в самовоспитании и самообразовании.

Прежде всего, такая культура формируется, в семье с раннего возраста ребенка. Данный факт требует от родителей внимательного отношения к различным информационным системам, которые предлагаются информационными программами, и педагогически правильно использовать их в обучении и воспитании.

Своей социально-педагогической деятельностью родители способствуют оптимизации информационных контактов растущего ребенка, управляют процессом воспитания у него информационных потребностей, информационной культуры. По своей сущности такая деятельность родителей называется педагогизацией информационной среды ребенка[8].

Педагогизацией информационной среды занимаются также социальные классные руководители, педагоги, воспитатели, работающие в образовательных учреждениях, специальных образовательных учреждениях досуговых центрах. В их

задачу входит целесообразное использование информационных программ в воспитании духовно-нравственных и патриотических основ молодежи.

1.2. Влияние телевидения и СМИ на психику школьников

Телевидение и СМИ выступают настоящим манипулятором, с помощью которого большому количеству людей можно внушить практически все, что угодно. Феномен воздействия телеэкрана на человеческое сознание был красноречиво описан в культовом романе английского писателя Э. Берджесса «Заводной апельсин», главный «герой» которого – несовершеннолетний бандит и убийца, попав в тюрьму, был подвергнут принудительному лечению. «Лечение» представляло собой постоянную демонстрацию преступнику с киноэкрана различных сцен насилия, в результате чего через две недели у последнего выработался условный рефлекс на насилие в виде страшного приступа тошноты. Вот как осужденный описывал свои ощущения во время просмотра сцен насилия: «... потом крупным планом заструилась красная кровь. Забавно, но в реальности все краски не такие яркие и настоящие, как на экране. Пока я смотрел, все более и более чувствовал недомогание... Меня начало подташнивать, по всему телу пошли боли, и наступила тоска»[\[9\]](#). Таким образом, только через киноэкран подросток понял отвратительность насилия. Однако в данном случае насилие было показано очень реалистично, поэтому и вызвало отвращение. А если насилие демонстрируется в привлекательном виде, то эффект будет обратным, и у увидевшего это может возникнуть желание самому совершить преступление. В США в 1999 г. военный психолог Дэйв Гросмен заявил: «Показы насилия по ТВ и еще более опасные, пропитанные насилием видеоигры запускают у детей и подростков те психические механизмы, с помощью которых профессиональных солдат учат убивать. Я почти 25 лет прослужил пехотным офицером и психологом; задачей моей было делать людей способными к убийству; в этом мы преуспели ... На военной службе мы вырабатывали условный рефлекс и тренировали людей, чтобы они могли убивать. И точно это же телевидение делает с нашими детьми. С самого нежного возраста мы вырабатываем в детях жестокость и бесчувственность».

Специалистами подсчитано, что в среднем американский подросток до 18 лет видит 11 тысяч убийств, а в России — минимум 22 тысячи[\[10\]](#). Если взрослый еще может критически оценивать всю эту телепродукцию и отделять виртуальную реальность от действительности, то ребенок зачастую воспринимает подобные

телевизионные схемы как план для подражания в реальной жизни, и у него постепенно формируется криминальный стиль мышления. В результате происходят привыкание к этим сценам, формирование представлений, что основной путь решения большинства проблем – насильственный. Особенно опасно показывать фильмы со сценами насилия и агрессивные мультфильмы маленьким детям, поскольку они не способны адекватно оценить увиденное и стараются реализовать это в реальной жизни. Имел место случай, когда 2-летние дети после просмотра мультфильма «Том и Джерри» начали драться игрушечной мебелью, копируя героев. Если бы в руке у ребенка в это время оказались более опасные предметы, последствия были бы плачевными. К сожалению, многие зарубежные мультфильмы, ежедневно демонстрирующиеся российскими телеканалами, наполнены агрессивными сценами. Нельзя не вспомнить советские мультфильмы, просмотр которых вызывает исключительно положительные эмоции и воспитывает стремление к дружбе, взаимопомощи, доброте[11].

Взаимосвязь между пропагандой телевидением преступного образа жизни и уровнем преступности невозможно отрицать. Так, в США в начале 80-х гг. в тюрьмах был проведен опрос осужденных, с выше 60% которых заявили, что совершили преступления, подражая телевизионным героям, а 22% переняли из передачи телевидения способы и приемы совершения преступлений. Исследования определенных районов в Южной Африке и Канаде, которые по политическим или техническим причинам не имели телевидения вплоть до начала 70-х гг. прошлого столетия, показали, что через 3-8 лет после внедрения телевидения состоялся резкий рост подростковой преступности (в 2-3 раза). Вот конкретные примеры преступлений, совершенных несовершеннолетними под влиянием просмотренных телепередач. В Барселоне трое подростков, посмотрев телевизор поздно вечером, натянули через улицу пластиковую ленту и наблюдали, как она перерезала горло мотоциклисту, скончавшемуся на месте. В Осло группа 5-6-летних детей играла в черепашки-ниндзя и насмерть забила одну из девочек. В Нью-Йорке малолетние дети выкинули своего приятеля с 12-го этажа, увидев подобную сцену в кинобоевике[12]. Аналогичные случаи происходят и в России. В начале 2009 г. в Томске были задержаны двое 16-летних школьников, совершивших 6 убийств, подражая главному «герою» триллера «Молчание ягнят». Они признались, что хотели почувствовать, «как это – резать и убивать»[13]. Подобных примеров можно привести множество.

Негативное влияние на психику несовершеннолетнего оказывает даже просмотр вполне нейтральных телепередач. В Японии вечером 16 декабря 1997 г. в разных

городах дети одновременно стали биться в судорогах, падать, многих рвало, у некоторых останавливалось дыхание. Пострадало свыше 650 детей. Припадки начались во время или сразу после просмотра популярного мультсериала «Покемон» («Карманные монстры»). Придя в себя, дети утверждали, что внезапно почувствовали себя плохо, когда у одного из персонажей мультфильма стали нестерпимо сверкать глаза. Специалисты определили, что массовая «псевдоэпилепсия» была вызвана телевидением.

Доктор наук Райнер Пацлаф в книге «Застывший взгляд» разъясняет, что происходит под действием ТВ с психикой человека, особенно с психикой детей: «Чем больше маленькие дети смотрят телевизор, тем чаще и тяжелее возникающие у них нарушения речи. Телеэкран блокирует спонтанные творческие игры и естественные движения, что приводит к дефициту в формировании функций головного мозга, а страдают при этом творческие способности, фантазия и интеллект. Ученые констатируют, что у нынешних детей со все большим трудом формируются функции для восприятия внутренних и внешних состояний — тепла, равновесия, движения, обоняния, осязания и вкуса».

Крупнейший в мире авторитет в области влияния телевидения на человека и общество Маршалл Маклюэн в разные годы писал: «было бы очень хорошо, если в Америке не было бы телевидения вообще» (1967 г.); «Безопасная доза телевидения для детей что-то около нуля»; «Телевизор демобилизует мускулы глаза, поэтому дитя телевидения не может читать. Это не теория, а факт, который мы смогли обнаружить и доказать» (1977 г.).

В ряде зарубежных стран органы власти предпринимают меры по контролю за пропагандой насилия телевидением. Так, во Франции в 1986 г. был принят закон, на основании которого Высший аудиовизуальный совет Франции контролирует «содержание программ, способных нанести вред детям». Французскому ТВ «запрещено демонстрировать эротические или содержащие насилие сцены до 22.30 и их рекламу до этого же времени». Необходимо выделить, что речь идет даже о рекламных сценах насилия, поскольку рекламная нарезка сцен насилия в России может демонстрироваться в дневное время, а для получения ребенком психической травмы иногда достаточно и нескольких секунд. В Китае несколько лет назад вышел указ о запрете «аудио- и видеопроизведений, содержащих ужасы и насилие». Там говорится, что «фильмы ужасов и передачи о всевозможном насилии наполнили Китай и оказывают серьезное негативное влияние на развитие общества, отрицательно влияют на психологическое здоровье детей и подростков».

Необходимо отметить, что в декабре 2010 г. российский парламент наконец-то принял Закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», направленный на защиту детей от информации, распространение которой может причинить вред психическому здоровью несовершеннолетних. Закон, в числе прочего, предусматривает запрет распространения среди детей информации, обосновывающей или оправдывающей допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающей осуществление насильственных действий по отношению к людям или животным.

Таким образом, телевидение является мощнейшим средством манипуляции человеческим сознанием, влияя на умы и психику людей. С помощью телевидения аудитории можно внушить как положительные стандарты поведения, так и совсем противоположные. Особенно актуальна эта проблема, когда речь идет о детях. Детское телевидение должно развивать и обучать, должно нести заряд нравственности, должно быть высокоморальным и позитивным. Еще один важный момент – такое телевидение должно учить ребенка думать и делать выводы самостоятельно.

Выводы

Подрастающему поколению требуется информация для духовного роста, воспитания и развития ценностной ориентации. Педагогическое использование возможностей СМИ позволит воспитывать у детей и подростков информационно-педагогическую культуру, что является одним из показателей его воспитанности. Она проявляется в его отношении к различным видам СМИ, их содержанию, качеству, объему информации, а также к их целесообразному использованию в самообразовании и самовоспитании.

В задачу педагогизации информационной среды входит целесообразное использование информационных программ в воспитании духовно-нравственных и патриотических основ у школьников.

Глава 2. Экспериментальное исследование влияния телевидения и СМИ на воспитание школьников

2.1. Организация, методики и результаты констатирующего этапа исследования

В опытно-экспериментальной работе по выявлению влияния телевидения и СМИ на воспитание школьников были охвачены учащиеся старших классов и классные руководители Муниципального автономного общеобразовательного учреждения «Средняя общеобразовательная школа №18» г. Тобольска Тюменской области.

Всего в эксперименте приняло участие 58 школьников: 30 учащихся 10 «А» класса - контрольная группа и 28 учащихся 10 «Б» класса - экспериментальная группа. Группы были отобраны согласно исследованиям, проведенным социальным педагогом.

На этапе констатирующего исследования влияния СМИ на воспитание духовно-нравственных основ молодежи был проведен опрос: «Какими средствами массовой информации вы пользуетесь на досуге?».

Анализ опроса контрольной и экспериментальной групп в таблице 1 показал, что основными источниками информации для подростков является сеть Интернет: 43% в контрольной группе и 42% в экспериментальной группе, и телевидение - 38% и 40% соответственно.

Таблица 1

Результаты констатирующего опроса контрольной и экспериментальной групп «Какими средствами массовой информации вы пользуетесь на досуге?»

Группа	Галеты, Радио Телевидение Интернет Другое журналы				
Контрольная группа	3%	9%	38%	43%	7%
Экспериментальная группа	4%	9%	37%	42%	8%

Радио отводится только 10% в контрольной группе и 9% в экспериментальной группе. Газетами и журналами пользуются только соответственно 3% и 4% опрошенных. К другим видам относится такая деятельность молодежи, как чтение книг, занятия в спортзалах и тренажерных залах, походы в кино, музеи, данный показатель в экспериментальной группе составляет 8%.

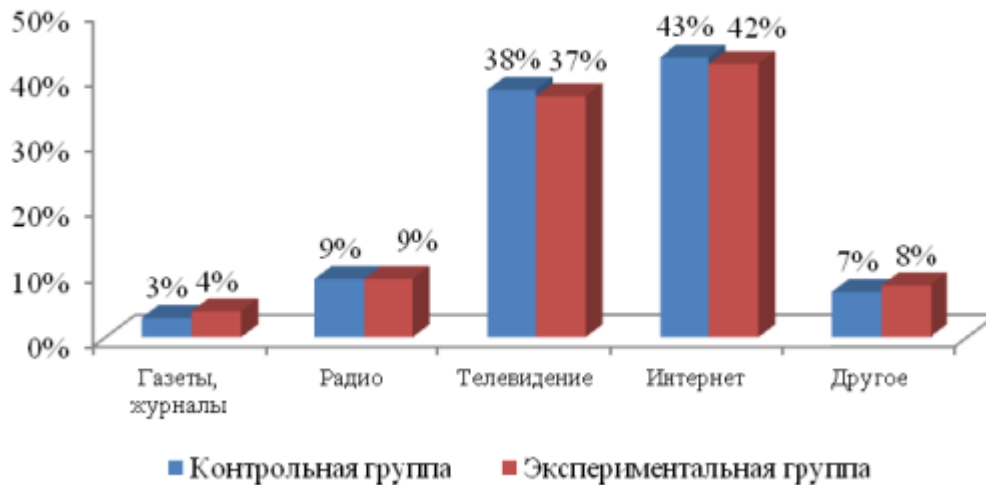


Рисунок 1. Результаты опроса контрольной и экспериментальной групп «Какими средствами массовой информации пользуетесь чаще всего?»

Можно сделать вывод, о том, что СМИ все стремительнее заполняют личностное пространство молодежи, усиливаются ориентации на мнения, сформированные в СМИ, растет доверие к их информации и оценкам. Новые формы жизни, новый опыт общения во многом связаны и с развитием средств массовой информации и коммуникации, которые играют огромную, можно сказать, даже определяющую роль в воспитании духовно-нравственных основ молодежи.

Результаты опроса в обеих группах примерно совпадают.

Для диагностики уровня духовно-нравственных основ было проведено тестирование на основе методики М.И. Шиловой. На примере теста «Размышляем о жизненном опыте» (Приложение 1).

Были выделены три критерия определения духовно-нравственных основ молодежи: безнравственная, несформированная, нравственная. Результаты представлены в табл. 2.

Безнравственный (низкий) уровень проявление эгоцентризма, отсутствие доброты, уважения к личности другого, направленность на свои интересы и потребности.

Несформированный (средний) показатель уровня воспитания духовно-нравственных основ средняя потребность в нравственных поступках в зависимости от ситуации, приспособленческая реакция во взаимодействии с коллективом, единичное стремление принести пользу во благо.

Нравственный (высокий) уровень духовно-нравственных основ чуткость, доброта, уважительное отношение к окружающим, чувство долга, проявление гуманности, адекватная самооценка, требовательность к себе, ответственность.

Таблица 2

Результаты констатирующей диагностики духовно-нравственных основ молодежи, %

Критерии духовно-нравственных основ	Контрольная группа	Экспериментальная группа
Нравственная	42	48
Несформированная	46	46
Безнравственная	12	6

Анализ таблицы 2 показал, что уровень духовно-нравственных основ в контрольной и экспериментальной группах находится на относительно одинаковом уровне.

Нравственный (высокий) уровень духовно-нравственных основ наблюдается у 42% учеников контрольной группы и у 48% экспериментальной группы.

Несформированный (средний) показатель уровня воспитания духовно-нравственных основ у 46% респондентов.

Безнравственный (низкий) уровень проявление эгоцентризма наблюдается у 12% контрольной группы и у 6% экспериментальной группы.

Подводя итог можно сказать, что у школьников погруженность в СМИ чрезмерна. Как показывают результаты многих социологических исследований, постоянные сообщения СМИ об отклоняющихся от общепринятых в обществе норм событиях и явлениях, которые подаются, как правило, сенсационно и порождают у школьников страх и беспокойство перед нарушением привычного миропорядка, страх за свое место в обществе, привычного течения жизни, за свое будущее.

В то же время факты свидетельствуют, что у школьников, слишком часто прибегающих к услугам СМИ, сильнее вырабатываются негативные установки относительно окружающего мира. Для выявления роли СМИ в воспитании духовно-нравственных основ у школьников необходимо внедрить программу, посредством которой воспитание нравственных основ у школьников будет успешным.

2.2. Внедрение программы, направленной на воспитание духовно-нравственных основ у школьников посредством использования СМИ

Для изучения влияния на воспитание духовно-нравственных основ у школьников в СМИ была внедрена программа, посредством которой воспитание нравственных основ у школьников будет успешным.

С этой целью проводился педагогический эксперимент, в основе которого лежало усвоение школьниками цельной картины мира и принципов, позволяющих строить жизнь на духовно-нравственных основаниях.

Программа была выстроена по сюжету книги К.С. Льюиса «Хроники Нарнии». В программе объединены активный отдых и воспитание цельной ответственной личности с духовно-нравственными ориентирами. Эпизоды представляли собой погружение в ролевую игру с увлекательным сюжетом, в которой дети становятся рыцарями, отстаивающими добро и справедливость в осуществление сложной приключенческой миссии.

Работа с детьми включает в себя три этапа:

1) использование образцов, заданных в культуре и традициях для подведения детей к необходимости пересмотра и открытию недостаточности их картины мира;

2) азы представления о том, что мир не ограничен законами современного социума, а истинный смысл человеческой жизни следует искать за пределами социальных рамок и за пределами самой жизни. Введение представления об изначальной духовности мира;

3) построение условий для самоопределения детей по отношению к центральным ценностям и способам их практической реализации.

Создание условий для самостоятельного корректирования ими своего мировоззрения на неискаженных основаниях.

В рамках данной воспитательной программы медиа образование и использование средств СМИ имеют огромный потенциал В воспитательной программе схема работы со средствами СМИ является стандартной и укладывается по времени в 1-2 дня:

1) знакомство с целями и задачами занятия, повествование о сюжете фильма, часто с опорой на книжный текст, выделение сюжетных линий, на которых следует заострить внимание;

2) просмотр фильмов;

3) обсуждение основных морально-этических и духовно-нравственных проблем, затронутых в фильме и произведении (касается фильмов по книгам К.С. Льюиса «Хроники Нарнии»), характеров героев фильма;

4) занятия «По страницам журналов», сценические постановки, подведение итогов.

В первую очередь был показан фильм «Хроники Нарнии: Принц Каспиан» (2008 г., Великобритания, США). Хронология показов нарушена (фильм является продолжением истории, показанной в «Хрониках Нарнии: Лев, Колдунья и Платяной шкаф»), однако это было сделано намеренно: целью показа являлось вовлечение молодежи в создаваемое ролевое пространство благодаря «романтизму» сюжетной линии, возможности постановки в дальнейшем острых проблемных вопросов для группового обсуждения. Фильм «Хроники Нарнии: Лев, Колдунья и Платяной шкаф» (2005 г., Великобритания, США) демонстрировался несколько дней спустя, когда дети, согласно воспитательной программе, проходили тренинговые испытания на сплочение, условно названные «Школа нарнийских рыцарей». Фильм больше рассчитан на детей и младших подростков, и основной его задачей было подведение воспитуемых к созданию образа рыцаря

как носителя высоких духовно-нравственных качеств. Фильм «Хроники Нарнии: Покорители Зари» (2010 г., США) предлагался к просмотру когда дети уже были настроены на восприятие и обсуждение духовно-нравственных проблем фильма, что обуславливалось сформированностью у них механизмов обсуждения проблемных вопросов.

В дальнейшем дети инсценировали различные эпизоды из всех фильмов «Хроник Нарнии». Одним из основных ее моментов было создание образа рыцаря как эталона про социального поведения и выведение присущих ему моральноэтических качеств, после чего детям предлагалось оценить, насколько они соответствуют этому образу, что и как им следует изменить в своем поведении для становления рыцарем.

После этого обсуждения, программа снова смещала акцент в сторону духовно-нравственного воспитания, однако теперь дети могли сравнить свои действия с воссозданным ими эталоном.

Через несколько дней детям был показан художественный фильм «Письмо для короля» (2008 г., Нидерланды), после просмотра которого проводилось обсуждение личных качеств главного героя и сопоставление их с эталоном рыцаря, которым он стремился стать. А к вечеру того же дня им было предложено пройти «обряд» посвящения в рыцари.

Каждый желающий мог изъявить желание стать рыцарем, однако из списка «добровольцев» педагогический состав лагеря выбирал именно только детей, чье поведение максимально соответствовало выведенному ими же эталону. Это способствовало духовно-нравственному развитию даже среди тех детей, которые не прошли «обряд» в связи с наличием мотивации к развитию в данном направлении.

Последний этап воспитательной программы направлен на заинтересованность учащихся журналами, помочь найти журналы соответствующие их возрасту и интересам. Рекомендовали подобрать несколько экземпляров для воспитания духовно-нравственных основ молодежи, например: «Опасный возраст», «Ровесник», «Бумеранг», «А почему?», «ГЕО», «Мне 15», «Отчего и почему», «Беспризорник», «Вверх».

Рассказывая о различных отделах и рубриках журналов, обязательно показывать их, обращая внимание на эмблемы, цветные вкладки, фотографии. При прохождении детьми всех трех этапов воспитательной программы духовно-

нравственных основ все сводилось к проведению бесед: подведение детей к осознанию неполноценности их картины мира и необходимости ее пересмотра, доказательство того, что мир не ограничен законами социума, и создание условий для сознательного самоопределения детьми по отношению к основным ценностям и возможностям их реализации на практике.

Несмотря на распространенность массовой культуры, ее влияние временно и поверхностно. Однако согласно утверждению Р. С. Немова, следует акцентировать внимание на долговременных последствиях ее воздействия, опосредованного общением со сверстниками, которые имеют такие же увлечения и таким образом временно становятся объектами личностного и поведенческого подражания[14].

Из этого СМИ следует считать одним из центральных моментов в процессе духовно-нравственного воспитания молодежи. Это обусловлено, в частности, теми проблемами СМИ, которые выделил в своем докладе о влиянии СМИ на повышение качества образования и духовно-нравственное воспитание детей и подростков главный редактор Учительской газеты» П. Г. Положевец, среди которых агрессия, физическое и моральное насилие на экране, избыток негативно описанной социальной информации, эротические элементы, противоречащие моральным нормам, трансляция образцов дурного поведения, систематическое искажение реальности, высказываемое неуважение к национальным символам, национальной истории и культуре[15].

Эффективное использование средств медиа образования, даже в течение сравнительно короткого промежутка времени, мы можем говорить о воспитании про социальной личности, так как внимание акцентируется на длительных последствиях воздействия на личность: после ряда последовательно прошедших мероприятий у детей и молодых людей происходит осмысление собственной жизненной позиции, начинает меняться картина мира, появляется возможность осознанного построения мировоззрения на нравственных началах. Результатом построения мировоззрения на нравственных основах становятся социальная активность школьников, вырабатывается умение принимать ответственность за свою жизнь и существование общества в целом.

2.3. Результаты контрольного этапа исследования и рекомендации по воспитанию духовно-

нравственных основ у школьников

На ступени контрольного исследования влияния СМИ на воспитание духовно-нравственных основ у школьников был проведен повторный опрос: «Какими средствами массовой информации на досуге пользуетесь чаще всего?».

Анализ опроса экспериментальной группы в таблице 4 показал, что для школьников повысилась ценность газет и журналов с 4 до 14%, и других видов досуговой деятельности с 8% до 15%, школьники стали уделять время чтению книг и посещению музеев, выставок.

Таблица 4

Результаты контрольного опроса экспериментальной группы «Какими средствами массовой информации на досуге пользуетесь чаще всего?»

Группа	Газеты, журналы	Радио	Телевидение	Интернет	Другое
Констатирующий этап	4%	9%	37%	42%	8%
Контрольный этап	14%	10%	25%	36%	15%

Анализ опроса экспериментальной группы в таблице 4 показал, что для молодежи повысилась ценность газет и журналов с 4 до 14%, и других видов досуговой деятельности с 8% до 15%, школьники стали уделять время чтению книг и посещению музеев, выставок.

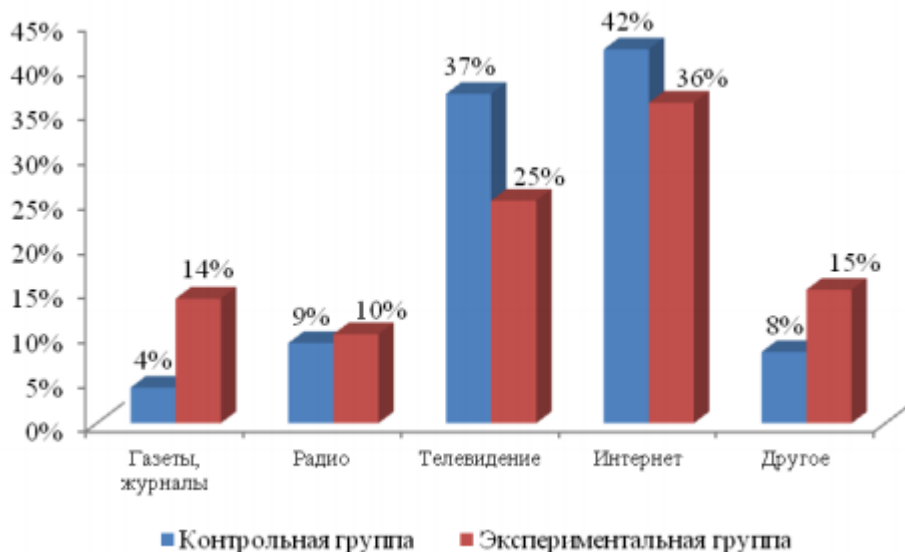


Рисунок 2. Результаты опроса экспериментальной группы после формирующего эксперимента, «Какими средствами массовой информации на досуге пользуетесь чаще всего?»

Анализ таблицы 5 показал заметное изменение уровня воспитания духовно-нравственных основ в ходе эксперимента. Если до формирующего эксперимента с нравственной воспитанностью было 48% школьников, то после формирующего эксперимента – 76%. Снизилось процентное соотношение школьников с несформированными духовно-нравственными ориентирами с 46% до 20%, с безнравственной ориентацией с 6% до 4%.

Таблица 5

Результаты диагностики духовно-нравственных основ молодежи экспериментальной группы на констатирующем и контрольных этапах, %

Критерии духовно-нравственных основ **Констатирующий этап** **Контрольный этап**

Нравственная	48	76
Несформированная	46	20

На рис. 3 графически изображены результаты диагностики духовно-нравственных основ у школьников экспериментальной группы до и после формирующего эксперимента.

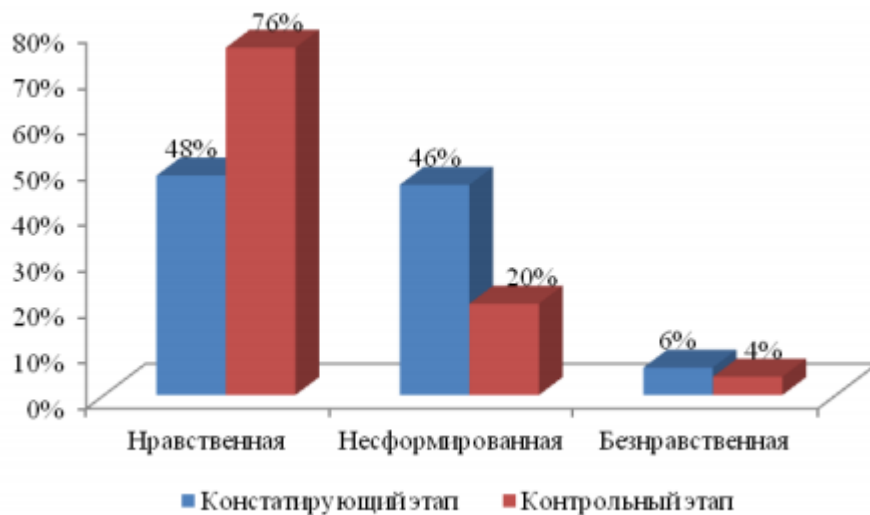


Рисунок 3. Результаты диагностики духовно-нравственных основ молодежи экспериментальной группы на текущем и контрольных этапах

В ходе опытно-экспериментальной работы подтвердилась гипотеза о том, что влияние средств массовой информации (СМИ) на воспитание духовно-нравственных основ у школьников будет результативным и успешным если они выступают как часть целостного педагогического процесса.

Подводя итог можно сделать выводы:

1. Так как основной стратегической задачей воспитания духовно-нравственных основ школьников средствами массовой информации, является ее приобщение к основным ценностям, традициям, нормам, сложившимся в обществе, этот процесс может происходить как стихийно, так и целенаправленно, то при отсутствии политики целенаправленного воспитания духовно-нравственных основ, которая должна реализовываться в рамках современной образовательной системы, действие этой функции компенсируется воздействием средств массовой информации.

Влияние средств массовой информации на развитие и воспитание школьников в настоящее время сопоставимо с влиянием семьи. Именно поэтому необходима целенаправленная медийная политика СМИ, основанная на привитии духовно-нравственных основ и интересов современной молодежи.

2. Авторитетность современных СМИ на школьников происходит на фоне изменившихся социальных и духовно-нравственных целей и ценностей молодежи, а также деформации ее социального статуса. Необходимо установить полный контроль за влиянием СМИ и особенно Интернета, так как они отрицательно влияют на сознание и поведение школьников, в результате чего возникают предпосылки развития социальных процессов в непредсказуемых вариантах.

3. Изменение ситуации в сторону прогнозирования и управления процессами воспитания духовно-нравственных основ у школьников возможно при целенаправленной медийной политике, в настоящее время основанной только на платежеспособную и, следовательно, более возрастную категорию. Эта ситуация требует изменения отношения государства и власти к средствам массовой информации.

4. В целях оптимизации влияния средств массовой информации школьников важно со стороны властных структур, обеспечить возможность управления медийными процессами, включить в формат вещания духовно-нравственный элемент формируемых предпочтений; построить содержательную модель воспитания нравственных взглядов у школьников; заложить в основу этой модели информационные блоки музыкальной, литературной, кинематографической направленности, выражающие лучшие духовно-нравственные образцы мировой культуры.

Выводы

В экспериментальной работе были охвачены учащиеся старших классов и классные руководители Муниципального автономного общеобразовательного учреждения «Средняя общеобразовательная школа №18» г. Тобольска Тюменской области.

Всего в эксперименте приняло участие 58 школьника.

Анализ опроса контрольной и экспериментальной групп на этапе констатирующего эксперимента показал, что основными источниками информации для подростков является сеть Интернет: 43% в контрольной группе и 42%, в экспериментальной группе, и телевидение – 38% и 40% соответственно. Радио отводится только 10% в

контрольной группе и 9% в экспериментальной группе. Газетами и журналами пользуются только соответственно 3% и 4% опрошенных. К другим видам относится такая деятельность школьников, как чтение книг, походы в кино, музеи, занятия в спортзалах и тренажерных залах, данный показатель в экспериментальной группе составляет 8%.

Можно сделать вывод, о том, что СМИ все стремительнее заполняют пространство детей и подростков, усиливаются ориентации на мнения, сформированные в СМИ, растет доверие к их информации и оценкам. Новые формы жизни, новый опыт общения во многом связаны и с развитием средств массовой информации и коммуникации, которые играют огромную, даже решающую роль в воспитании духовно-нравственных основ молодежи.

Анализ уровня духовно-нравственных основ в контрольной и экспериментальной группах говорит о том, что он находится на относительно одинаковом уровне.

Нравственный (высокий) уровень духовно-нравственных основ наблюдается у 42% учеников контрольной группы и у 48% экспериментальной группы.

Несформированный (средний) показатель уровня воспитания духовно-нравственных основ у 46% респондентов. Безнравственный (низкий) уровень проявление эгоцентризма наблюдается у 48 10% контрольной группы и у 6% экспериментальной группы.

На констатирующем этапе опытно-экспериментальной работы необходимо было определить жизненные цели школьников, основанные на нравственные ценности. Из четырнадцати жизненных целей школьникам предлагалось выбрать наиболее значимые для них цели в порядке убывания важности.

Подводя итог можно сказать, что погруженность в СМИ у школьников чрезмерна высока. Как вывод результаты многих социологических исследований, постоянные сообщения СМИ об отклоняющихся от общепринятых в обществе норм явлениях и событиях, подаваемых, как правило, сенсационно, порождают у молодежи беспокойство и страх перед нарушением привычного миропорядка, привычного течения жизни, страх за свое место в обществе, за свое будущее.

Но тем не менее время факты свидетельствуют, что у школьников, слишком часто прибегающих к услугам СМИ, сильнее вырабатываются негативные привычки относительно окружающего мира.

Для выявления роли СМИ в воспитании духовно-нравственных основ у школьников необходимо провести разъяснения журналов и газет, передач на телевидении, посредством которых воспитание нравственных основ будет успешным.

Итоги опроса экспериментальной группы на этапе контрольного эксперимента показал, что для школьников повысилась ценность газет и журналов с 4 до 14%, и других видов досуговой деятельности с 8% до 15%.

Школьники стали уделять время чтению книг и посещению выставок, музеев. В процессе опытно-экспериментальной работы необходимо было определить, каким образом изменялись жизненные цели основанные на духовно-нравственные ценности. Анализ позволяет сделать вывод, что у школьников стали преобладать нравственные цели жизненных планов: жить по совести, творить добро, проявлять чуткость и милосердие, создать хорошую семью, быть уважаемой личностью.

В ходе опытно-экспериментальной работы подтвердилась гипотеза о влиянии средств массовой информации (СМИ) на воспитание духовно-нравственных основ у школьников будет успешным и эффективным, если они выступают как часть целостного педагогического процесса.

Заключение

Подрастающему поколению требуется информация для духовного роста, воспитания и развития ценностной ориентации. Педагогическое использование возможностей СМИ позволит воспитывать у детей и подростков информационно-педагогическую культуру, что является одним из показателей его воспитанности. Она проявляется в его отношении к различным видам СМИ, их содержанию, качеству, объему информации, а также к их целесообразному использованию в самообразовании и самовоспитании.

В задачу педагогизации информационной среды входит целесообразное использование информационных программ в воспитании духовно-нравственных и патриотических основ у школьников.

В экспериментальной работе были охвачены учащиеся старших классов и классные руководители Муниципального общеобразовательного учреждения «Средняя общеобразовательная школа №602» г. Санкт - Петербург, Ломоносов.

Всего в эксперименте приняло участие 58 школьника.

Анализ опроса контрольной и экспериментальной групп на этапе констатирующего эксперимента показал, что основными источниками информации для подростков является сеть Интернет: 43% в контрольной группе и 42%, в экспериментальной группе, и телевидение – 38% и 40% соответственно. Радио отводится только 10% в контрольной группе и 9% в экспериментальной группе. Газетами и журналами пользуются только соответственно 3% и 4% опрошенных. К другим видам относится такая деятельность школьников, как чтение книг, походы в кино, музеи, занятия в спортзалах и тренажерных залах, данный показатель в экспериментальной группе составляет 8%.

Можно сделать вывод, о том, что СМИ все стремительнее заполняют пространство детей и подростков, усиливаются ориентации на мнения, сформированные в СМИ, растет доверие к их информации и оценкам. Новые формы жизни, новый опыт общения во многом связаны и с развитием средств массовой информации и коммуникации, которые играют огромную, даже решающую роль в воспитании духовно-нравственных основ молодежи.

Анализ уровня духовно-нравственных основ в контрольной и экспериментальной группах говорит о том, что он находится на относительно одинаковом уровне.

Нравственный (высокий) уровень духовно-нравственных основ наблюдается у 42% учеников контрольной группы и у 48% экспериментальной группы.

Несформированный (средний) показатель уровня воспитания духовно-нравственных основ у 46% респондентов. Безнравственный (низкий) уровень проявления эгоцентризма наблюдается у 48 10% контрольной группы и у 6% экспериментальной группы.

На констатирующем этапе опытно-экспериментальной работы необходимо было определить жизненные цели школьников, основанные на нравственные ценности. Из четырнадцати жизненных целей школьникам предлагалось выбрать наиболее значимые для них цели в порядке убывания важности.

Подводя итог можно сказать, что погруженность в СМИ у школьников чрезмерна высока. Как вывод результаты многих социологических исследований, постоянные сообщения СМИ об отклоняющихся от общепринятых в обществе норм явлениях и событиях, подаваемых, как правило, сенсационно, порождают у молодежи беспокойство и страх перед нарушением привычного миропорядка, привычного течения жизни, страх за свое место в обществе, за свое будущее.

Но тем не менее время факты свидетельствуют, что у школьников, слишком часто прибегающих к услугам СМИ, сильнее вырабатываются негативные привычки относительно окружающего мира.

Для выявления роли СМИ в воспитании духовно-нравственных основ у школьников необходимо провести разъяснения журналов и газет, передач на телевидении, посредством которых воспитание нравственных основ будет успешным.

Итоги опроса экспериментальной группы на этапе контрольного эксперимента показал, что для школьников повысилась ценность газет и журналов с 4 до 14%, и других видов досуговой деятельности с 8% до 15%.

Школьники стали уделять время чтению книг и посещению выставок, музеев. В процессе опытно-экспериментальной работы нам необходимо было определить, каким образом изменялись жизненные цели основанные на духовно-нравственные ценности. Анализ позволяет сделать вывод, что у школьников стали преобладать нравственные цели жизненных планов: жить по совести, творить добро, проявлять чуткость и милосердие, создать хорошую семью, быть уважаемой личностью.

В ходе опытно-экспериментальной работы подтвердилась гипотеза о влиянии средств массовой информации (СМИ) на воспитание духовно-нравственных основ у школьников будет успешным и эффективным, если они выступают как часть целостного педагогического процесса.

Список литературы

Приказ Минобрнауки России от 17.10.2013 № 1155 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 14.11.2013 № 30384) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://base.garant.ru/70512244/>

1. Алиева С. В. Социальная педагогика: Учебное пособие / А. В. Иванов, С. В. Алиева . - М.: Дашков и К, 2013. - 424 с.

Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды: В 2 т. - М. : Педагогика, 2016. - Т. 2.

1. Арнольдov А. И. Социальная педагогика - наука жизнедеятельности: Монография. М., 2013.
2. Заводной апельсин (роман) / Энтони Берджесс: Пер. с англ. В.Б. Бошняка. - М.: АСТ: Астрель, 2016.

Зиналиева Н. К., Тайсаева С. Б. Влияние телевидения на психическое развитие детей младшего школьного возраста // Гуманитарные исследования. 2014. № 1 (49). С. 90-100.

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. - М.: Эксмо, 2016.

Кузина С. В. Защита нравственности: миф или реальность // Информация и коммуникация в стратегии социальных реформ: Сб. научн. статей / Под общ. ред. В. Д. Попова. - М.: Изд-во РАГС, 2016.

Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. - М. : Изд-во «Просвещение», 2014.

1. Липский, И.А. Социальная педагогика: Учебник для бакалавров / И.А. Липский, Л.Е. Сикорская. - М.: Дашков и К, 2016. - 280 с.

Матвеева Н. А. Исследование зрительских интересов и предпочтений современных подростков // Материалы ежегодной научно-практической конференции преподавателей и студентов БГПИ 2016. - Борисоглебск: ГОУ ВПО «БГПИ», 2016.

Матвеева Н. А. К вопросу о мотивационно-целевой структуре телевизионных передач // Проблемы духовно-нравственного воспитания в образовании: Межвузовский сборник науч. тр.: Материалы Всероссийской научно-практической конференции 21-22 апреля 2015 г. Борисоглебск: БГПИ, 2015. - С. 84-90.

1. Минкин А. Под властью маньяков // Московский комсомолец. - 2008. - 20 апр.

Молодцова Е. Ю. Влияние телевидения на воспитание информационной культуры школьников // Молодой ученый. — 2014. — №51. — С. 39-40.

1. Мудрик А.В. Социальная педагогика : учебник для студ. Учреждений высш. проф. образования /А.В.Мудрик. — 8-е изд., испр. и доп. — М. : Издательский центр «Академия», 2013. — С. 54.

Роботова А. С. Введение в педагогическую деятельность/ Роботова А. С., Леонтьева Т. В., Шапошникова И. Г. и др. - М.: Академия, 2016.

Солнцева С. А. Телевидение как социальный институт. Современные социальные функции телевидения // Наука и бизнес: пути развития. 2014. № 4 (34). С. 36-40.

1. Столяренко Л.Д. Социальная педагогика: Учебное пособие для бакалавров / Л. Д. Столяренко, И. В. Самыгин. - М.: Дашков и К, 2015. - 272 с.

Трифонов Ю. Н. Сущность и основные проявления патриотизма в условиях современной России (социально-философский анализ): Автореф. Дис. Канд. филос. Наук. - М: ВУ, 2017.

анонимность, можно только указать половую принадлежность, поставив в углу листа букву «ю» – юноша, «д» – девушка. Для более удобного подсчета результатов предварительно подготавливаются листы бумаги.

Важно проследить за тем, чтобы во время тестирования атмосфера содействовала сосредоточенности, откровенности, искренности. Чтобы интонационная насыщенность не влияла на выбор ответа, вопросы теста должны быть прочитаны поочередно ровным монотонным голосом.

Инструкция. Необходимо выбрать один из трех предложенных ответов и обозначить его в графе (а, б, в) знаком +.

1. На пути стоит человек. Вам надо пройти. Что делаете?

- а) обойду, не потревожив;
- б) отодвину и пройду;
- в) смотря какое будет настроение.

2. Вы замечаете среди гостей невзрачную девушку (или малоприметного юношу), которая (который) одиноко сидит в стороне. Что делаете?

- а) ничего, какое мое дело;
- б) не знаю заранее, как сложатся обстоятельства;
- в) подойду и непременно заговорю.

3. Вы опаздываете в школу. Видите, что кому-то стало плохо. Что делаете?

- а) тороплюсь в школу;
- б) если кто-то бросится на помощь, я тоже пойду;

Приложение

в) звоню по телефону 03, останавливаю прохожих...

4. Ваши знакомые переезжают на новую квартиру. Они старые. Что делаете?

- а) предложу свою помощь;
- б) я не вмешиваюсь в чужую жизнь;
- в) если попросят, я, конечно, помогу.

5. Вы покупаете клубнику. Вам взвешивают последний оставшийся килограмм. Сзади слышите голос, сожалеющий о том, что не хватило

1. Солнцева С. А. Телевидение как социальный институт. Современные социальные функции телевидения // Наука и бизнес: пути развития. 2014. № 4 (34). С. 36. [↑](#)
2. Солнцева С. А. Телевидение как социальный институт. Современные социальные функции телевидения // Наука и бизнес: пути развития. 2014. № 4 (34). С. 36-39. [↑](#)
3. Солнцева С. А. Телевидение как социальный институт. Современные социальные функции телевидения // Наука и бизнес: пути развития. 2014. № 4 (34). С. 36. [↑](#)
4. Молодцова Е. Ю. Влияние телевидения на воспитание информационной культуры школьников // Молодой ученый. — 2014. — №51. — С. 39. [↑](#)
5. Кузина С. В. Защита нравственности: миф или реальность //Информация и коммуникация в стратегии социальных реформ: Сб. научн. статей / Под общ. ред. В. Д. Попова. - М.: Изд-во РАГС, 2016. - С. 58. [↑](#)
6. Матвеева Н. А. Исследование зрительских интересов и предпочтений современных подростков // Материалы ежегодной научно-практической конференции преподавателей и студентов БГПИ 2016. - Борисоглебск: ГОУ ВПО «БГПИ», 2016. - С. 15. [↑](#)
7. Матвеева Н. А. К вопросу о мотивационно-целевой структуре телевизионных передач // Проблемы духовно-нравственного воспитания в образовании: Межвузовский сборник науч. тр.: Материалы Всероссийской научно-практической конференции 21-22 апреля 2015 г. Борисоглебск: БГПИ, 2015. - С. 84. [↑](#)
8. Кузина С. В. Защита нравственности: миф или реальность //Информация и коммуникация в стратегии социальных реформ: Сб. научн. статей / Под общ. ред. В. Д. Попова. - М.: Изд-во РАГС, 2016. - С. 58. [↑](#)

9. Заводной апельсин (роман) / Энтони Берджесс: Пер. с англ. В.Б. Бошняка. – М.: АСТ: Астрель, 2016. – С. 112. [↑](#)
10. Минкин А. Под властью маньяков // Московский комсомолец. – 2008. – 20 апр. [↑](#)
11. Зиналиева Н. К., Тайсаева С. Б. Влияние телевидения на психическое развитие детей младшего школьного возраста // Гуманитарные исследования. 2014. № 1 (49). С. 90. [↑](#)
12. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2016. – С. 312. [↑](#)
13. Вечерняя Казань. – 2009. – 13 февр. – С. 2. [↑](#)
14. Роботова А. С. Введение в педагогическую деятельность/ Роботова А. С., Леонтьева Т. В., Шапошникова И. Г. и др. – М.: Академия, 2016. – С. 28. [↑](#)
15. Трифонов Ю. Н. Сущность и основные проявления патриотизма в условиях современной России (социально-философский анализ): Автореф. Дис. Канд. филос. Наук. – М: ВУ, 2017. – С. 22. [↑](#)