

Содержание:

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Средства массовой информации являются неотъемлемой частью жизни современного общества. Осуществляя социальный контроль и управление, влияя на формирование общественного мнения, распространяя знания, информируя население о событиях, они тем самым выполняют важные функции поддержания и укрепления общественных отношений.

Сегодня средства медиа все активнее влияют на различные аспекты жизнедеятельности общества. Социализацию современного человека невозможно рассматривать без учета влияния средств массовой информации. Формирование нравственных норм, образцов социального поведения, ценностных ориентаций, идеалов происходит в социокультурном пространстве, где наряду с такими институтами социализации, как семья и школа, чрезвычайно важная роль принадлежит средствам массовой информации.

В то же время социологические исследования свидетельствуют о неоднозначном влиянии средств массовой информации на формирование сознания молодежи. Достаточно часто телевизионные каналы и другие медиа средства манипулируют детским сознанием, подавая в положительном свете образцы агрессивного, корыстолюбивого, эгоистического поведения.

Актуальность исследования определяется важностью развития критического мышления как средства корректировки воздействий средств массовой информации на формирование нравственного сознания школьников.

В РФ состояние информационной среды, с точки зрения его влияния на личностное развитие, нельзя считать приемлемым. Информационное пространство экстенсивно расширяется, продолжается стремительное развитие различных каналов коммуникации. Но с точки зрения развития личности и ее информационной безопасности, эти каналы несут большое количество негативной, неточной и деструктивной информации.

Российский исследователь А.Журин пишет, что влияние СМИ на школьников почти невозможно остановить, поэтому «... необходимо научить детей отделить зерна от плевел, сделать средства массовой информации не соперником, а союзником учителя». Это позволит детям взвешенно подходить к медийным сообщениям, не верить им вслепую [9, с. 48].

Теоретической основой исследования выступили положения о социализации как фактора развития личности (Кон И.С., Смелзер Дж., Буева Л.П. и др.) теоретические положения о сущности и функции средств массовой информации (Гоне Ж., Грушин Б.А., Москаленко А.З., Богомолова Н.Н., Вацлавик П., Прохоров Е.П., Фомичева И.Д.) психолого-педагогические исследования влияния средств массовой информации на личность (Шорт В., Бандура А., Джонсон Дж., Ануфриева А., Волянська А.В., Собкин В.С.); концептуальные положения о сущности и педагогических путей развития критического мышления личности (Брюшинкин В.Н., Федоров А.В., Липмен М. и др.).

Для решения поставленных в исследовании задач использован комплекс взаимосвязанных теоретических и эмпирических методов исследования:

- теоретические методы (анализ, моделирование, обобщение) применялись для изучения психолого-педагогической литературы и определение теоретических концептуальных основ исследования, уточнение сущности и содержания критического мышления личности;
- эмпирические методы (анкетирование, беседа, формовочный эксперимент) использовались для изучения влияния СМИ на сознание современных учеников, а также проверки эффективности разработанной медиаориентированной модели формирования критического мышления школьников;
- методы математической статистики применялись для обработки полученных данных, выявление количественных зависимостей между изучаемыми явлениями.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Современное общество и школьники в нем

Сегодня трудно представить дом без телевизора, компьютера или мобильного телефона. СМИ играют огромную роль в жизни людей - это и источник информации, и средство общения.

В условиях сложных социально-экономических процессов, происходящих в обществе последние 15-20 лет, значительно уменьшилась воспитательная функция семьи и школы. Общение с ребенком отошло у родителей на второй план. Как результат, значительно увеличилось влияние средств массовой информации на процесс социализации и формирования мировоззрения подрастающего поколения. Использование электронных, цифровых и интерактивных информационных средств положительно влияет на развитие детей: захватывает, учит и социализирует. Телевизор и компьютер выступают средствами не столько получения информации, сколько удовольствия от зрелищ, общения. К тому же, пользоваться ими значительно дешевле, чем платить или покупать "прессовые" издания, в значительной мере вызывает резкий информационный спрос. Появляется множество образовательных программ, видеоматериалов, развивающих игр и программ, оказывающих помощь как в образовании, воспитании, так и в расширении мировоззрения, открывая совершенно новые горизонты знания.

Однако их влияние может быть и отрицательным, о чем свидетельствуют последние публикации ученых.

Особенно мощное влияние на молодежь оказывает телевидение. Телевизор становится для ребенка или подростка основным источником информации.

Например, специалисты подсчитали, что дошкольники смотрят телевизор в среднем по 4:00 в день. За все школьные годы молодые люди проводят у экрана 15000 часов, а на уроках - около 11 000 часов, то есть значительно меньше времени, чем перед экранами телевизоров.

В Германии был проведен эксперимент "Четыре недели без телевидения". Девять семей изъявили желание принимать в нем участие, 5 семей выбыли из эксперимента на раннем этапе - они снова стали смотреть телевизор. Один из отцов не устоял перед футболом, мама с дочкой не смогли не посмотреть любимую развлекательную передачу и т. д. Четыре семьи все же выдержали 4 недели без телевидения. У них было больше времени друг для друга, для разговоров с детьми, для чтения, в семьях стало меньше ссор и споров.

Ученые установили, что от ТВ, как и от алкоголя и курения, можно стать зависимым. В последнее время речь идет не только о ТВ, но и о компьютерах. По статистическим данным [1]:

1. Две трети наших детей смотрят ТВ ежедневно.
2. Время ежедневного просмотра телепередач составляет в среднем более 3:00.

3. Смотрят телепередачи подряд, безо всякого выбора и винят ков, 50% детей.
4. Одни и те же телепередачи от 5 до 40 раз подряд смотрят 25% детей.
5. При определении рейтинга использования свободного времени на пер-е место поставили телевизор, исключив при этом занятия спортом, прогулки на воздухе и общение с семьей, 38% детей.

Возможно, эта статистика не касается наших детей?

Детям было предложено ответить на вопросы анкеты:

1. Сколько времени в день ты смотришь ТВ?
2. Ты смотришь все подряд или предпочитаешь отдельной передачи?
3. Твои любимые передачи.
4. Для чего ты смотришь ТВ?
5. Ты смотришь ТВ один или с семьей?
6. Сколько времени в день ты проводишь перед компьютером?
7. Для чего ты используешь компьютер?

Анализ полученных результатов показывает, что 50% детей проводят у телевизора / компьютера 2:00, 26% - около 2-3 часов, 22% - около 4:00, остальные - более 4:00. Основной информационный контент - это мультфильмы и разноплановые сериалы. Около 7% детей просматривает всю доступную информацию. Заметим, что только 11% опрошенных просматривают телепередачи в присутствии родителей, то есть только 11% учащихся получают отфильтрованную информацию. Более того, лишь 16% детей используют компьютер в учебных целях, остальные - общаются в социальных сетях, играют в игры, слушают музыку.

Именно телевизор становится "другом" ребенка, он рассказывает или показывает больше "сообщений", чем родители, друзья или учителя, и довольно часто дети доверяют этим сообщениям не меньше, а иногда даже больше, чем родным и близким.

Взрослый еще может критически оценивать всю эту телепродукцию и отделять виртуальную реальность от действительности, а дети-за отсутствия в них осознание границ реальности, все события, которые происходят перед их глазами,

воспринимают как настоящие. Убийство и насилие не вызывают у них чувство страха или отвращения, так как в результате привыкания к таким телевизионных передач увиденное на экране для детей не только реально, но и естественным. Ребенок часто воспринимает эти телевизионные схемы как план для подражания в реальной жизни, и в нее постепенно формируется криминальный стиль мышления. Если тебя обидели, ты должен дать сдачи и уничтожить обидчика, если ты умеешь, что не можешь достичь того, чего хочешь достичь законными методами, то не страшно в чем переступить границу; если ты богатый и сильный, закон для тебя не писан. Как результат - привыкание к этим сценам, формирование представлений, что основной путь решения большинства проблем - насильственный, и формирование очень странных идеалов или образцов для подражания. Данные социологического исследования О. Ю. Дроздова показывают, что 58% молодежи стремится копировать поведение телегероев, преимущественно из иностранных фильмов, а 37,3% молодых людей вообще готовы совершить противоправные действия, копируя телегероев.

В последнее время значительно увеличилось количество самоубийств среди школьников. Возможно, причиной этого является захват интернетом уже младших школьников и дошкольников?

С развитием новых информационных и коммуникационных технологий, особенно Интернета, выросли и преимущества, и риски легкого доступа к ним. Интернет является непревзойденным средством доступа ко всем видам информации и к дистанционному общению. Однако нет гарантии того, что полученная информация является корректной или что общение не осуществлялось с вредными намерениями.

Многие исследователи отмечают, что интернет и компьютерные игры вызывают привыкание или даже зависимость, и это привыкание может возникнуть достаточно быстро, даже через полгода [2]. Дети сталкиваются с такими рисками, как попадание в виртуальный мир, уменьшение социальных контактов, социальная дезадаптация, которые могут привести к депрессии и самоубийства. Интернет-зависимый ребенок не может контролировать, какое количество времени она может провести перед монитором. У нее возникают сухость глаз, нарушение сна, исчезает аппетит. Психологи много говорят о том, что заинтересованность разного рода "стрелялками", яркие картины крови, разрывание плоти убитых может провоцировать человека попробовать создать такую ситуацию не «понарошку», а в реальной жизни. Так же, как игры, в которых герой может прыгать с высокого здания, перелетать пропасти и т.п., провоцируют детей делать что-то подобное,

рискуя своим здоровьем и жизнью.

1.2. Телевидение и СМИ. Основная характеристика

Телевидение способно стимулировать зрителя мыслить категориями родной национальной культуры или категориями культуры другого народа, таким образом, фиксируя его в живых визуальных образах. Благодаря потенциалу присущих ему популярных жанров – телеспектаклей, телефильмов, эксклюзивных интервью с выдающимися деятелями культуры и искусства – телевидение способствует формированию художественно-эстетических вкусов массовой аудитории. Кроме того, культурно-развлекательные телевизионные программы, безусловно, важны для восстановления психических сил человека, израсходованных в процессе трудовой, профессиональной деятельности.

Художественное вещание в телевизионном эфире, артистическая пластика и разветвленная система технических эффектов совокупно, но в то же время дифференцированно влияют на сознание массового зрителя. Немецкий социопсихолог П. Винтерхофф-Шпурк связывает понятие телевизионного развлечения с эмоционально-психологической сферой жизнедеятельности людей, несмотря на то обстоятельство, что современный зритель воспринимает конкретные медиасодержания как развлекательные при наличии эффектов новизны и неожиданности с соответствующей психической реакцией, векторно-ориентированной на позитив [3].

Сущностной особенностью телевидения, что определенным образом роднит его с декоративно-прикладным искусством, является легкость его восприятия. Все, кто попадает на телеэкран, приобретают возможность перевоплощаться в определенные образы. Поэтому важно, чтобы каждый экранный субъект телевизионной развлекательной передачи был яркой, «внепрограммированной» личностью, способной удовлетворить потребности аудитории в зрелищно-развлекательной культуре.

Так, М. Малошик, рассматривая зрелищно-развлекательную парадигму современной российской телевизионной культуры, определяет факторы, влияющие на ее функционирование: уход от повседневности в мир иллюзий; стремление к развлечению; реактивность; нарциссизм; эгоизм; автономизм; инфантилизм; иронизм и «автоматический оптимизм» [8].

Исследуя генезис зрелищной культуры, С. Шаумян предполагает, что каждый компонент зрелищного действия обращен к зрителю и направлен на «организацию» его внимания и впечатлений. Систему воздействия, развернутую на зрителя (не перед зрителем, не для зрителя, а на зрителя), составляют язык (слово), пластика (жест), предметная среда и динамические эффекты. Подчеркивая этот терминологический нюанс, ученый делает акцент на том, что каждое зрелище, его элементы направлены на восприятие и оценку «активнодействующей коллективностью» [14].

Сосредоточивая внимание на коммерциализации современного телевидения, И. Победоносцева считает, что создание и распространение телевизионного продукта должны подчиняться общим экономическим регуляторам, главным среди которых – прибыль, а ее показатель – рейтинг. Массы предпочитают медиум, информация которого является общедоступной и не требует предварительной культурной подготовки. Именно поэтому телевидение как аудиовизуальное средство массмедиа способно превращать аудиторию на массу, усредняя каждого индивида к общему рядовому уровню. Рейтинги свидетельствуют о том, что даже когда, телевидение предлагает массам содержание, они ожидают зрелище; массам предлагают рефлексии – они требуют развлечений [10].

Термин «телевидение» возник на рубеже XIX и XX вв. В декабре 1899 г. на Первом всероссийском электротехническом съезде в Санкт-Петербурге с докладом «телеграфирования без проводов» выступил А. Попов – изобретатель радио. обстоятельный обзор под названием «Современное состояние вопроса о электровидении на расстояние (телевизирование)» совершил российский военный инженер, преподаватель электротехники в Константиновском императорском артиллерийском училище К. Персидский [13, с. 61]. В конце следующего года этот ученый повторил свой доработанный доклад на международном конгрессе в Париже, в котором вместо двух, разработанных ранее понятий («электровидение» и «телевизирование»), выдвинул термин «телевидение» (television), который с тех пор и вошел в международный научный оборот и терминологическое применение [6, с. 7].

1.3. Формат телепередачи

Телевизионное пространство – это поле, в котором средствами телекоммуникации осуществляется культурная самоидентификация человека. Представление зрителя о телепространстве создается благодаря ассоциативному ряду. Вершину

рейтингового ряда составляют качественно совершенные в содержательном и техническом аспектах телевизионные программы. Существует шкала рейтинговых ценностей, общепринятая для различных категорий телезрителей; из набора этих ценностей и состоит культура телевизионного пространства [9].

Необходимость постоянного повышения моральной и эстетической культуры общества предполагает и формирование надлежащей культуры выработки и восприятия телевидео продукции. Понятием «развлекательные программы» обозначаются телевизионные программы, которые организационно и психологически сочетают в себе элементы состязательности, юмора, игры и эскапизма, с эмоционально-психологической реакцией аудитории, направленной на эстетическое удовольствие и полезную релаксацию. Реалити-шоу, по мнению С. Жукова, является эмбриональным предшественником новой повседневной культуры, только рождается, отражает социальный опыт жизни на телевизионном экране и в процессе ее селекции может возникнуть новый социокультурный феномен, параметры которого нам еще не совсем понятны [6].

Эти передачи создают зрелище-развлечение из жизни обычных людей. По программе «реалити-шоу» их участники добровольно соглашаются на экспериментальные жизненные препятствия и испытания (например, телепрограммы «Последний герой»). Однако в основном элементы такого шоу редуцируются до уровня восприятия малокультурного потребителя.

Телевизионное пространство наполнено образами, которые «шантажируют» человека своей успеваемостью, привлекательностью, зрелищностью и отсылают к иллюзии, но не к действительности. Осмысление, рефлексия несовместимы с природой медиа, где им противостоят зрелищность и схематизм, подчинены цели быстрого считывания [10].

Вот почему во время подготовки телевизионных реалити-шоу режиссеры нередко тяготеют к нивелированию нравственно-эстетических требований и вкусов, к чему снисходительно относится руководство коммерческих телеканалов. В результате в дальнейшем развитии массовой и высокой культуры наблюдаются диаметрально противоположные тенденции: производитель стереотипов массовой культуры ориентируется на упрощенные запросы потребителей, профессиональный же художник стремится преподнести потребителя до уровня высокохудожественных ценностей.

Игровое шоу – это больше карнавал, чем современная серьезная режиссура; его направляет арбитр – шоумен. Главная ценность игры заключается не столько в

результате, сколько в самом игровом процессе.

В любой разновидности игры, имеющиеся в разном соотношении два «первичные начала». Первое из них связано с острыми переживаниями игроков и наблюдателей, достижением возбужденно-экстатического состояния. Второе является рациональным по своей природе, в его рамках четко определяются правила игры и их неукоснительное соблюдение.

Телевизионная игра как форма интерактивной коммуникации – это процесс, в котором четко определены динамика и последовательность развертывания взаимодействия ее студийных участников [12].

Родственным с жанром телеигрового шоу является «ток-шоу» (от английского talk-говорить, show- показ) – дискуссионное обсуждение на разных каналах телевидения определенной социокультурной или политической проблемы, в котором принимают участие приглашенные в телестудию зрители. Интерактивное общение участников такой телевизионной программы логично корректируется одним или несколькими телеведущими. Телепередачу, по мнению С. Акинфиева, можно назвать развлекательной, если она ориентирована на зрителя и удовлетворяет хотя бы несколько зрительских потребностей: эстетическое удовольствие, снятия психологического напряжения (рекреация и релаксация), снятия синдрома тревожности; культивирования атмосферы состоятельности, эмоционально-чувственное восприятие комического (юмор) и т.д. [1].

Понятие «развернутость на зрителя» позволяет выделить определенную основу для объединения зрелищ за самой общей для них признаком и подойти к определению специфики разнохарактерных явлений зрелищного типа. Наконец, «развернутость на зрителя» позволяет выяснить понятие «зрелище», «зрелищность». Понятие «телевизионная развлекательная зрелищность» охватывает разветвленную систему экспрессивно-динамических эффектов и приемов добавления зрителя к динамике действия с заранее предложенным и ожидаемым результатом [14].

Именно таким способом режиссер решает проблему усиления эффекта «принудительной внушаемости» телезрелища с целью направленности зрителя на восприятие его основной идеи.

Современная телевизионная массовая культура ориентирована на потребности в досуге, развлечении, эмоциональной компенсации и разрядке. Она является дистанцированной от изысканных вкусов и глубоких духовных исканий, имеет

меньшую художественную ценность, чем элитарная культура. Но эта культура имеет самую большую аудиторию и удовлетворяет мгновенные запросы людей и динамично реагирует на любую событие. Итальянский философ А. Банфи подчеркивал именно коллективную природу зрелища и определял его через коллективность, даже отождествлял эти понятия [2].

Современный российский культуролог Е. Курова выделяет определенные направления исследования феномена телевизионной культуры:

- в контексте анализа реалий информационного общества;
- как подсистемы культуры постмодерна;
- через призму семиотического и структуралистского анализа;
- в общем контексте социологии телевидения, в котором телекультуры возникает компонентом феноменологической социологии повседневности;
- системное изучение истории и современного состояния телевизионной культуры в связи с динамичным развитием средств массовой информации [7].

1.4. Деструктивное влияние СМИ на формирование сознания школьников

Средства массовой информации играют большую роль в жизни человека любого возраста. Но возрастные и психологические свойства школьников обуславливают их особую чувствительность и уязвимость в плане влияния СМИ. Это объясняется тем, что именно в школьном подростковом возрасте происходят существенные изменения, которые сопровождают переход от детства к юности: зарождаются новые интересы, меняются отношения со взрослыми и товарищами, ярко проявляется стремление к самостоятельности и свойственных взрослым формам поведения. Эти процессы происходят на фоне отсутствия достаточного жизненного опыта, подросток пытается компенсировать за счет информации, полученной из телевидения, интернета и т. п. Продукция, которую поставляют СМИ разнообразна, и среди нее много такой, которая может негативно влиять на еще неустойчивую психику школьников, их поведение, характер и здоровье.

Сегодня под понятием СМИ понимают учреждения (телестудии, радиостанции), жанры (газеты, журналы) и технологии (факс, радио, интернет и т.п.), которые

обеспечивают массовую коммуникацию. Средства массовой информации – технические средства (пресса, радио, кинематограф, телевидение, интернет), с помощью которых распространяется информация (знания, стереотипы, ценностные ориентации, нравственные и правовые нормы и т.п.) на количественно большие рассредоточенные аудитории [10].

Массовая коммуникация социально обусловлена. С помощью ее средств приобретают массового тиражирования духовные ценности и социальные нормы, которые в систематизированном виде отражают господствующие мировоззренческие представления, общественные настроения. Распространение информации с помощью массовой коммуникации является средством политического, экономического и других воздействий на сознание (мышление) и деятельность (поведение) людей.

Восприятие продукции СМИ, особенно телевидение, в наибольшей степени сказывается на формировании сознания и поведения современной молодежи. Существуют основания говорить о двух путях воздействия телепередач на формирование сознания юных зрителей: индуктивный и дедуктивный. Первый заключается в том, что личность, отталкиваясь от содержания конкретной информации, обобщает ее и выводит общее правило, принцип поведения. Таким образом, путем абстрагирования от непосредственного содержания разговора, кинофильма формируются общие представления и схемы поведения, «формулы жизни». Интересна позиция детей: они ищут в киногерои наиболее абстрактный образ, обобщенные признаки жизненного успеха, которые дают возможность создать свою многовариантную модель. Второй путь заключается в конкретизации проблем, которые прозвучали в телепередаче. Нередко дети буквально без изменений переносят увиденное в собственный жизненный опыт. Наивно-реалистичный характер восприятия часто выводит ребенка за пределы тех аспектов проблемы, которые рассматривались в передаче. Молодежь, как правило, стремится найти на телеэкране доверенное лицо, стать активным участником теледиалога, ищет личного контакта и легко участвует в различных формах зрелищного телеобщения.

Ученые отмечают, что в век электронных средств массовой информации размываются различия между периодами детства и взрослой жизни. Появление телевизора превратило культуру в «эмоциональное потребление кадров», которые постоянно меняются на экране. Уже в семидесятых годах XX ст. в первых социологических исследованиях на эту тему было установлено, что ученики в среднем тратят на просмотр телевидения 2,5-3 часа в сутки. Примерно столько же

школьник тратит на просмотр телепрограмм и в наше время, причем в каждой программе он видит как минимум 3 сцены насилия. По свидетельству нейропсихологов, это производит чрезмерное влияние на правое полушарие, связанное с односторонним визуальным восприятием внешнего мира. В то же время исключается левое полушарие, где размещены центры мышления и речи [12].

Исследования, проведенные с целью изучения степени «потребления» детьми телепередач, показали, что 90% учащихся смотрят видеофильмы, причем некоторые из них – до 20 фильмов в неделю, в том числе запрещенных для их возраста. Обнаружена тесная зависимость между длительным просмотром телепрограмм и низкой успеваемостью в школе [2].

Специалисты-медики отмечают, что откровенно неприличные видеофильмы и фильмы ужасов, опасные для детей с высокой возбудимостью. Страсть к таким видеофильмам провоцирует асоциальное поведение, агрессивность, вандализм, преступность [1]. Исследователи пытались установить связь между частотой просмотра передач, содержащих сцены насилия, и склонностью к «поиску приключений» в реальной жизни. Особенно это касается молодежи в возрасте 11 – 25 лет. Выяснено, что те, кто любит рисковать в реальной жизни, менее подвержены просмотра телепередач как с насилием, так и без него, поскольку воспринимают себя как активнодействующих, а не просто наблюдателей. Те же, кого привлекали незаконные действия, но кто не прибегал к ним в реальной жизни, охотно смотрели материалы с элементами насилия, особенно реалистичные фильмы о преступлении, и таким образом удовлетворялись «вторичными» ощущениями [16].

Кроме усиления агрессивности, исследователи указывают на еще один негативный эффект влияния СМИ на социализацию молодежи: ощущение оторванности от реальной жизни. У ребенка, находящегося в телевизионной или компьютерной виртуальной реальности, создается впечатление, что она непосредственно участвует в созданных им же самим событиях, является главным действующим лицом событий. В этой ситуации ребенок реализуется как *Homoprobabilis* – возможно ли человеку все время находится в состоянии напряжения от расстройств с самим собой [3, 5].

Следует подчеркнуть, что средства массовой информации создали совершенно новую ситуацию в формировании потребностей молодежи. Кино и телевидения открывают практически безграничные возможности познания мира, демонстрируют различные стандарты жизни. В результате у детей могут

формироваться потребности, которые не соотносятся с их реальными возможностями и возможностями их родителей.

Российский ученый А.В. Федоров говорит о манипулятивное воздействие средствами массовой информации на аудиторию, осуществляется на разных уровнях [18, с. 44]:

- психофизиологическом, связанном с простыми эмоциями, когда на подсознательном уровне вместе с действиями персонажа телепрограммы воспринимается и мир, в котором, например, цель оправдывает средства, а жестокость и насилие воспринимаются как нечто естественное;
- социально-психологическом, основанный на эффекте компенсации, когда зрителю предлагается иллюзия осуществления его заветных желаний путем идентификации с персонажами телепередачи;
- информационном, суть которого заключается в отражении полезных для аудитории утилитарно-бытовых сведений: как добиться успеха в любви, избежать опасности, суметь отстоять себя в критической ситуации;
- эстетическом, рассчитанном на ту часть аудитории, для которой формальное мастерство создателей телепрограммы может служить основанием для оправдания, например, натуралистического изображения насилия или агрессии.

Эффективность манипулятивных воздействий СМИ на сознание молодежи достигается за счет того, что: а) пропагандируя то или иное явление, СМИ настолько маскируют скрытый смысл и конечную цель сообщения, что человеку (особенно молодой) очень трудно догадаться о них; б) постоянный повтор однообразной информации фиксируется в сознании (а иногда и в подсознании) человека; в) люди склонны доверять СМИ; г) иногда люди принимают то или иное явление (моду, ценности, нормы, модели отношений и поведения), пытаясь соответствовать требованиям, которые выдвигает современное общество, моде, регламентатором которой выступают СМИ.

Популярные телепередачи своим успехом среди аудитории обязаны многим факторам: опора на фольклорные и мифологические источники, яркость метафор, ориентация на последовательное воплощение наиболее стойких сюжетных схем, синтез естественного и сверхъестественного, стандартизация идей, ситуаций, характеров, эффект счастливого финала, «волшебная сила» героев, интуитивное угадывание подсознательных интересов аудитории.

Анализируя проблему манипулятивного воздействия современных средств массовой информации на молодежь, Л. Иванова отмечает: «универсальными ценностями, предлагаемых детям и юношеству, сегодня выступают ценности обеспеченных слоев городского населения. Для утверждения системы этих ценностей существуют два пути: прямая навязчивая пропаганда, например, восхваление ловкости, беспринципности, продажности, материального обогащения любой ценой, и создание художественными средствами неприглядного образа пожилых людей, часто выступают в роли алкоголиков, чудаков, нищих» [12, с.256].

Идеальная аудитория, на которую эффективно воздействуют манипулятивные приемы, – люди, лишенные способности критически воспринимать информацию. Вот почему очень часто телепрограммы построены в виде калейдоскопа, мозаики динамического изменения ритмично организованных эпизодов. Каждый из них имеет короткую продолжительность, обладает определенной информативностью, опирается на эффект компенсации, воздействует на эмоционально-инстинктивную сферу сознания.

2. ОПЫТНО-ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ РАБОТА

2.1. Влияние СМИ на поведение школьников

Учитывая возрастные особенности несовершеннолетних, проблемы и противоречия в обществе воспринимаются подростками более остро, не всегда критично. Это обуславливает большую уязвимость несовершеннолетних к негативным воздействиям, которые существуют в обществе, а следовательно, и к совершению преступлений. Чаще всего негативные процессы общества формируют у несовершеннолетних антиобщественные взгляды, образцы жестокости, желание обогатиться любой ценой и тому подобное. Они могут проявляться и в виде сложных проблемных ситуаций, в которых может оказаться несовершеннолетний, неподготовленный к правомерному их решению, что может вызвать у него желание совершить преступление.

При этом подчеркивается, что причины преступности оказывают непосредственное влияние и на микросреду, в которой формируется ребенок, в частности семью, учебные и трудовые коллективы, окружение по месту жительства, что значительно усложняет воспитательную работу с несовершеннолетними. В работе рассматриваются отдельные недостатки воспитания подростков в этих средах.

Отдельно выделяется влияние СМИ, в частности, телевидения. При этом сделана попытка определить место средств массовой информации в механизме преступного поведения несовершеннолетних. В связи с этим отмечается, что СМИ влияют на поведение несовершеннолетних, как правило, не изолированно от влияния других причин и условий. Так, в случае, когда подростки вследствие ненадлежащего предварительного формирования их личности уже имеют негативные взгляды различной направленности и практически склонны к совершению преступлений, то негативное влияние СМИ может порождать уверенность в возможности и целесообразности совершить преступление. СМИ непродуманной рекламой алкогольных напитков, высокого жизненного уровня и т.д. могут способствовать и формировать у подростков вредные потребности, неспиврозмирность между потребностями и возможностями их удовлетворения, лежащие в основе многих преступлений. Негативные поступки телегероев нередко служат и примерами для преступного поведения несовершеннолетних. Негативное влияние СМИ, в частности телевидения, может формировать склонность человека к насильственным стандартам полового поведения, попытки удовлетворить потребности, в том числе и материального плана и т.д., за счет совершения преступлений. Негативное влияние может восприниматься и подростками, положительно характеризовались в целом. Однако постоянные демонстрации указанных негативных воздействий через СМИ может породить у них желание совершать преступления, тем более что СМИ, в том числе и телевидения, воспринимаются несовершеннолетними как загальносхваляющие эталоны поведения. В перечисленных выше случаях негативное влияние СМИ выступает в качестве причины преступлений среди несовершеннолетних. В одних случаях такое влияние является причиной формирования негативных взглядов подростков, а в других он выступает внешним толчком к преступному поведению и взаимодействует с морально-психологическими особенностями несовершеннолетних.

В качестве условия совершения преступлений несовершеннолетними негативная информация может иметь место в тех случаях, когда подросток, который имеет негативные взгляды, принял решение о совершении преступления, а информация, полученная через СМИ, облегчает процесс его совершения предоставляет примеры преступного поведения или сокрытия преступлений.

С целью защиты моральной и физической жизни несовершеннолетних запрещается:

— вовлечение несовершеннолетних в деятельность по производству и обороту продукции сексуального или эротического характера, порнографических

материалов, продукции с элементами насилия и жестокости, предоставления услуг, а также организации и проведения зрелищных мероприятий сексуального или эротического характера и таких, что пропагандируют культ насилия и жестокости;

— распространение продукции сексуального или эротического характера, порнографических материалов, продукции с элементами насилия и жестокости, предоставления услуг, а также организации и проведения зрелищных мероприятий сексуального или эротического характера и таких, что пропагандируют культ насилия и жестокости;

— использование образов несовершеннолетних в какой-либо форме в продукции сексуального или эротического характера, порнографических материалов, продукции с элементами насилия и жестокости, предоставления услуг, а также организации и проведения зрелищных мероприятий сексуального или эротического характера и таких, что пропагандируют культ насилия и жестокости».

Исследуются масштабы трансляции телевизионной продукции с элементами насилия и агрессии, фиксируется количество сцен насилия, их длительность, наличие персонажей. Из 38 изученных фильмов только 12 не имели сцен насилия, в остальных их количество колебалось от 1 до 18. В среднем в одном фильме присутствовало 7 сцен насилия. При этом 22 % фильмов содержали 9-10 сцен насилия, а 10 % — 16-17. Длительность сцены насилия в таких фильмах составляла 5 минут. В 62 % фильмов в сценах насилия принимало участие от 4 до 7 персонажей.

Анализируя уровень влияния средств массовой информации на несовершеннолетних автор приходит к выводу, что наиболее влиятельными информационными источниками является телевидение (62,3 %), периодические печатные издания (18,7 %), радио (12,5 %).

В работе также анализируется уровень контроля со стороны родителей и педагогов за использованием несовершеннолетними негативной информационной продукции. Установлено, что несовершеннолетние обсуждают полученную информацию с родителями в 28,6 % случаях, с педагогами — в 6,1 %.

В результате проведенного анкетирования установлено, что определенная часть респондентов воспринимают агрессивные действия телегероев как руководство к действию и готова воплотить их в жизнь. Так, 43 % опрошенных считают агрессивные действия телегероев вполне оправданными. При этом 39 %

респондентов допускают возможность копирования поведения телегероев, даже осознавая противоправность своих действий. Больше чем четвертая часть опрошенных (28 %) считают, что для решения определенных жизненных проблем допускается игнорирование существующих правовых норм.

На основе проведенных исследований предложены общесоциальные и специально-криминологические меры предупреждения преступности несовершеннолетних методом усовершенствования деятельности средств массовой информации. В частности, на общесоциальном уровне предлагается создание специализированных субъектов информационной деятельности для обеспечения духовного развития несовершеннолетних, поднятия уровня их правовой культуры. На специально-криминологическом уровне предлагается использование возможностей средств массовой информации на всех этапах профилактической работы — от раннего предупреждения до предупреждения рецидивной деятельности, а также усиление контроля за деструктивной информационной продукцией со стороны родителей, педагогов.

2.2 Социальные сети как рекламный жанр.

Влияние на школьников

О причинах все большего значения для современных людей сети Интернет, в частности в социальные сети, блогосферы, очевидны уже сегодня и потенциальные позитивные и негативные последствия этого явления, о которых написано немало. Учитывая определяющие тенденции информационной революции и новейших глобализационных процессов, речь идет о преобразовании пользователей сети из пассивных объектов информирования на активных субъектов самостоятельного отбора и распространения информации. Формирование единого социального пространства, создание условий для более полного развития человеческого потенциала, с другой стороны – на более прагматичном социально-психологическом уровне, - о проявлении моды, закономерную реакцию широкой общественности на появление потока разнообразной, открытой, легкодоступной информации (тем более в условиях запоздалого, а теперь быстрого, догоняющего роста доступа к сети в РФ!), которая удовлетворяет познавательные интересы человека, помогает ему организовать досуг.

Социальные сети - один из социальных институтов, который в той или иной мере выполняет заказ общества и отдельных социальных групп в отношении определенного воздействия на население в целом, в том числе и на отдельные

возрастные и социальные категории [6, с.269]. Однако социальные сети достаточно сильно влияют на любую личность и на процесс формирования поведения, а информация в Интернет-сети недостаточно организованной и управляемой. Анализ деятельности в сети интернет позволяет отразить ее содержание в виде структуры, которая включает в себя ряд взаимосвязанных компонентов: коммуникационный, ценностный, познавательный и поведенческий.

В процессе использования социальных сетей для общения в виртуальном пространстве, представляет собой коммуникационный компонент, происходит воздействие на наши коммуникативные процессы. В процессе общения в социальных сетях создается особое пространство (виртуальная реальность) с характерным для него видом общения, где возникают новые правила и законы.

Удовлетворения потребности в общении, моральной поддержке - важнейшие потребности личности подросткового возраста. Если мы не можем удовлетворить их в реальной жизни, то удовлетворяем в интернет-сети, которая дает возможность «убежать» от проблем, трудностей, возникших на определенном этапе социализации.

Однако следует понимать, что несмотря на то, что в интернет-сети иногда можно получить некоторые данные анкетного характера и даже фото и реальное изображение собеседника, они не дают реалистического представления о нем.

Анонимность общения в сети интернет способствует самопрезентации, предоставляя человеку возможность не просто создавать о себе впечатление по своему выбору, но и быть тем, кем он захочет, что нередко приводит к возникновению девиантного поведения и агрессивности.

Познавательный компонент деятельности человека в сети Интернет дает возможность поиска и усвоения подростками информации, размещенной на веб-сайтах, целью которого является расширение, углубление, уточнение собственного представления о мире, реальную и виртуальную действительность.

В отличие от других средств информации, социальные сети сочетают в себе печатную, фото- и видеоинформацию. Используя интернет-сеть для обучения, мы можем воспринимать одну и ту же информацию таким каналам восприятия: зрительный, слуховой, поскольку есть возможность прочесть, увидеть и услышать, что существенно улучшает процесс усвоения информации.

По большому счету, сетевое общение служит расширению кругозора, обогащению мировоззренческого потенциала, одновременно способствуя профессиональному и

гражданскому росту. В условиях информационной революции лично с помощью полученных из Интернета знаний получила возможность активно развивать себя, свой интеллект, внутренний духовный мир.

Особое значение при таких обстоятельствах приобрело создание микроблогов в социальных сетях и автономных блогов, определяют личный сетевой пространство человека, его «мир», интересы, желания и сознательную позицию в общении с общественным целым. Если в 2008 г. социальные сети интересовали лишь 13% пользователей Интернета, то уже к концу 2011 г. для 46% участие в социальных сетях стала главной целью, причем многие участвуют сразу в нескольких. Больше всего привлекают крупные транснациональные социальные сети - «ВКонтакте» (в ней зарегистрировалось 72% пользователей), «Одноклассники» (63%), Facebook (58%), «Мой Мир» (48%), Твиттер (16%). К сожалению, показатели более продвинутого общения - в чатах, форумах и автономных блогах - остаются значительно ниже.

Обратим внимание на современное место и потенциальные возможности социальных сетей, их отдельные узкие виртуальные группы и широкие сетевые сообщества, форумы и блоги в удовлетворении гуманитарных потребностей общества в их широком понимании:

- интересов граждан в досуге, в независимом и многовариантном, часто - альтернативном по своему характеру и содержанием информировании людей о важных событиях,

- в формировании взглядов и убеждений как отдельной личности, так и общественного мнения в целом.

Уже сейчас они играют заметную роль в свободном неформализованном обмене внутри как многочисленных, так и более узких заинтересованных сообществ об актуальные новости культурно-художественной и общественной жизни, резонансные книжные и журнальные публикации и очень широкий круг других проблем и явлений прошлого и настоящего - по интересам участников коммуникаций.

Видимое, но очень формализованное и отстраненное от конкретных содержательных проблем представление об этом дают рейтинги тематических групп, которые сформировались в социальных сетях, в частности таких крупных, как «ВКонтакте» (что является российским аналогом сетевого сервиса Facebook), «Одноклассники», в которых ежемесячно обращаются десятки миллионов

пользователей, в том числе и наши соотечественники.

Безусловно, в этих рейтингах, которые периодически публикуются на экспертных сайтах при поддержке данных от компаний Alexa, Google, Yandex и других авторитетных источников, первые места занимают те группы, объединенные очень разнообразным контентом общего развлекательного содержания, предназначенным, как теперь принято говорить «для организации досуга» и, соответственно, имеют десятки, а иногда и сотни различных тем обсуждения.

Успех в РФ Facebook, который, по данным компании Alexa, сейчас занимает восьмое место по популярности среди всех ресурсов Интернета (хотя это значительно ниже, чем в Грузии, Венгрии, Болгарии, Румынии, Словакии, Литве, Латвии, Польше, Молдове, где он входит в первую четверку). Это говорит о быстром росте среди соотечественников стремления к неформальному общению в этой мировой по охвату сети, которая насчитывает уже сотни миллионов участников. Такое общение не просто развлечением. Само по себе оно превратилось уже в важную часть гуманитарной культуры современного общества, расширяет виртуальное пространство ее развития, играет важную роль в обогащении мира личности, знаний, умений, опыта, не может не влиять положительно на процессы социализации отдельного человека, включая ее в широкий круг знакомых и незнакомых собеседников.

Facebook является популярным и престижным в мире сервисом еще и потому, что открывает перед лицом широкие возможности для «продвижения самого себя», реализации амбициозных планов личности. Недаром именно на Facebook широко присутствуют сейчас те, чья деятельность является публичной, требует целенаправленной борьбы за популярность - известные во всем мире политики, художники, звезды шоу-бизнеса. Отчасти это определяет и саму проблематику общения, в которой заметное место занимает обмен важными новостями культуры, науки, общественной жизни, оценками и оригинальными суждениями по многим актуальным гуманитарным проблемам. В Facebook несколько преобладает общественно-политическая проблематика.

Преимущества использования брендинга в социальных сетях

Рекламная кампания в социальной сети может быть нацелена на выбранную группу людей с необходимыми параметрами: интересы, возраст, пол.

Основные преимущества использования социальных сетей для продвижения бренда:

- Простота и скорость - осуществляется с помощью привычных интерфейсов социальной сети;
- Готовая целевая аудитория - не нужно искать пользователей в поисковых системах, велика вероятность того, что из большого количества зарегистрированных пользователей найдутся те, кто заинтересует продуктом или услуги;
- Вирусный маркетинг - пользователи делятся информацией между собой, в связи с этим при продвижении в социальных сетях возникает эффект вирусного маркетинга, который дает отличные результаты;
- Дешевизна продвижения - есть возможность бесплатного продвижения, а не учитывая затрат времени и труда;
- Оповещение пользователей - легкость информирования об акциях и скидках;
- Возможность обратной связи с пользователями - если необходимо в короткие сроки узнать отношение к продукту или услуге

Методология брендинга в социальных сетях

Чтобы реклама в социальных сетях была успешной необходимо органично вписать ее в сценарий процессов и интегрировать в общение, интерфейс или игры. Стоит обратить внимание на следующие бесплатные методы:

- Группы, сообщества, фан-страницы;
- Продвижение медиа-контента, в котором следует добавлять название бренда или адрес веб-сайта.

Платные способы продвижения в социальных сетях:

- Таргетированная реклама;
- Реклама в приложениях;
- Конкурсы.

Правила продвижения в социальных сетях:

- Создать программу привлечения пользователей, при этом не быть в водовороте последних технологических тенденций, а быть там, где есть клиенты,

потенциальные клиенты и те, кто влияет на их привлечения;

- Необходимо максимально заполнить профиль, потому что это вызывает доверие и людям не нравится общаться с анонимами;

- Помнить о том, что контакты - очень важный фактор для достижения успеха, главным в этом пункте есть правильно выбранная целевая аудитория, иногда стоит использовать социальные сети узких направлений, имеющих меньшую аудиторию чем общетематические, однако эффективность от продвижения может быть намного выше;

- Быть активным, таким образом можно привлечь внимание к своей персоне, соответственно и к продукту или услуге, при этом необходимо стремиться привлечь и превратить в сторонников тех людей, которые еще не знакомы с данным брендом. В этом тоже нужно знать меру;

- Держать основных клиентов в курсе новостей.

Один из основных минусов социальных сетей — это зависимость (постоянная проверка новостей в Facebook, Vkontakte и других социальных сетях). Когда пользователи очень часто проверяют обновления в ленте новостей, это стимулирует те части их мозга, которые отвечают за привычку. У детей и подростков данная зависимость может преобладать над другими полезными жизненными активностями, такими как концентрация на школьных занятиях, чтение и спорт.

2.3 Польза и вред социальных сетей для детей

Негативное воздействие социальных сетей

Специалисты предупреждают о долгоиграющем негативном эффекте, которому подвергаются те, кто проводит слишком много времени в социальных сетях:

- Facebook и другие соцсети инфантилизируют мозг до состояния маленьких детей, которых развлекают смешные звуки и яркие цвета. У детей ухудшается внимание за счет того, что использование соцсетей не требует развитых навыков концентрации;
- Соцсети отвлекают детей от обучения и коммуникации в реальном мире. Многие учителя отмечают, что социальные сети снижают уровень понимания предмета. Также, дети, которые много общаются через экран смартфона,

ухудшают свои способности к коммуникации в реальном мире — такие, как язык жестов, тон голоса и т. д.

- Социальные сети делают детей более самовлюбленными. Т. к. Вконтакте и другие сайты предоставляют детям их личные страницы, на которых приведена информация только лишь о них, это приводит восприимчивых детей к мысли, что весь мир крутится вокруг них. Это может иметь негативные последствия в их дальнейшей жизни. Кроме того, у детей ухудшается чувство сопереживания;
- Эти сайты делают детей склонными к погоне за сенсациями.
- Педиатры отмечают, что некоторые подростки страдают от «Депрессии Фэйсбука (Facebookdepression)». После проведения большого количества времени в этой и других похожих соцсетях, некоторые подростки становятся беспокойными и склонными к меланхолии. Также, впечатлительные подростки подвержены развитию чувства зависти, когда они начинают сравнивать жизнь своих знакомых со своей собственной. Подростки, испытывающие подобные расстройства, часто сталкиваются с проблемами в своем социальном развитии;

Другие негативные воздействия социальных сетей, на которые обращают внимание психологи и научные исследования:

- Дети, которые проводят в социальных сетях больше 3 часов в день, в 2 раза более склонны к расстройствам умственного развития. Погружение в виртуальный мир вызывает задержку в их полноценном эмоциональном и социальном развитии. Эксперты отмечают, что соцсети являются потенциальной причиной социальной изоляции;
- «Чувство ответственности» перед активностью в соцсетях (проставка лайков, ответы на сообщения и репосты) также оказывает негативное воздействие на ментальное развитие детей;
- По результатам опросов, большинство подростков заходят в социальные сети поздно вечером, что ухудшает качество сна и повышает беспокойство. Это может стать проблемой, т. к. у таких детей развивается чувство депрессии;
- Жизнь в социальных сетях отнимает у детей массу времени, которое они могут потратить на развитие своих социальных навыков в реальном мире. Коммуникация вне интернета необходима каждому ребенку для лучшего понимания эмоций у других людей;
- Социальные сети — это среда обитания, которая прекрасно подходит для анонимных распространителей вредных взглядов, паники и террора.
- Медиа контент соцсетей оказывает отрицательное воздействие на впечатлительную психику детей подросткового возраста. Материалы, которые

- публикуются онлайн, имеют тенденцию оказывать долгосрочный эффект. Это может навредить детям в будущем;
- Согласно исследованиям, чрезмерное использование Вконтакте и других социальных сетей ослабляет способность детей сопереживать друг другу и усиливает нарциссизм;
 - Другие исследования показали, что во многих случаях именно социальные сети подталкивают детей среднего возраста к суициду. Чаще всего они становятся просто жертвами киберзапугивания и совсем не испытывают серьезных жизненных проблем;
 - Сэлфи, которые стали популярны в наши дни, подрывают здоровое умственное развитие детей, т. к. они становятся одержимыми собственной внешностью. Известны случаи, когда люди совершали самоубийство только лишь из-за того, что не могли сделать фото, которое их полностью удовлетворяло. Озабоченность сэлфи может быть видимым индикатором юноши или девушки с отсутствием уверенности или самосознания. Чрезмерная и все более и более провокационная любовь к селфи — форма 'самовыражения', общая поведенческая модель, чтобы привлечь внимание;
 - Чем больше дети используют социальные сети, тем они менее удовлетворены своей жизнью, согласно исследованиям;
 - DoSomething.org — одна из самых больших молодежных организаций, также выделяет несколько отрицательных последствий использования социальных сетей: проблемы со сном, депрессия, зависимость, стресс, изоляция, незащищенность;
 - Чрезмерное использование социальных сетей развивает в детях фобию пропустить что-то важное (FOMO — fearofmissingout). Это может быть вечеринка с друзьями или какое-то другое веселое мероприятие. Данная фобия приводит к депрессии и беспокойству;
 - Детские преподаватели также отмечают, что общаясь в социальных сетях, дети редко обращают внимание на правописание. В итоге, они привыкают к тому, что письменная неграмотность — это нормально. Часто это выливается в неправильную речь и письменные ошибки в реальной жизни.
 - Зависимость подростков от социальных сетей порождает проблемы со сном. Яркий свет от экрана смартфонов и планшетов негативно влияет на фазы сна. В молодости сон очень важен для развития детского мозга и крепкого здоровья.

Положительное воздействие социальных сетей на детей

Несмотря на минусы социальных сетей, специалисты выделяют множество положительных моментов, связанных с их использованием. Дети и подростки развивают важные технические и социальные навыки онлайн, в то время, как взрослые не понимают данных методов или не ценят их:

- Проведение времени онлайн важно для развития технических навыков у молодых людей. В век цифровых технологий они должны быть компетентными пользователями. Дети осваивают основные социальные и технические навыки, чтобы стать полноценной частью современного общества;
- Социальные сети делают детей более коллего-ориентированными. Они больше мотивированы учиться друг у друга и обмениваться опытом. Учителя и родители больше не единственные источники знания;
- Социальные сети связывают молодежь, способствуют новым знакомствам. Для детей проще найти друзей за границей, с которыми они никогда бы не познакомились без соцсетей;
- Дети общаются друг с другом больше, чем когда-либо;
- С соцсетями дети развивают взаимоотношения с людьми. Они запоминают дни рождения и поздравляют друг друга, комментируют фотографии, видео и статусы своих друзей. Дети выстраивают более длительные отношения друг с другой, даже если они не часто встречаются в реальной жизни;
- Специалисты отмечают, что с соцсетями дети развивают чувство взаимопомощи и поддерживают друг друга в сложных жизненных ситуациях. Такое, онлайн сопереживание положительно отражается на взаимоотношениях между подростками в реальной жизни;
- Детские психологи сходятся во мнении, что социальные сети укрепляют дружественные отношения, несмотря на то, что некоторые дети выигрывают от общения в соцсетях больше, чем другие.

Влияние чрезмерного использования социальных сетей как средства коммуникации на реальные взаимоотношения пользователя может быть довольно ощутимым: замкнутость, потеря социальных контактов и друзей, раздражение во время живого общения, потеря навыков вербального и невербального общения, невыполнение собственных обязанностей. Злоупотребление социальными сетями может привести не только к десоциализации, но и к деструктивным изменениям в психике и поведении личности [1, с. 28].

Однако положительной чертой социальных сетей является возможность создания групп по интересам. Каждый сможет найти то, что ему по душе. С целью формирования безопасной деятельности молодежи в Интернет-сети необходимо

внедрять мероприятия, направленные на осведомленность молодежи о рисках виртуального мира, формирования критического мышления и взаимодействия специалистов, которые занимаются формированием безопасной деятельности молодежи в Интернет-сети [5].

Подытоживая вышесказанное, хотим выделить положительные и отрицательные стороны использования социальных сетей.

Положительными факторами взаимодействия современных подростков в социальных сетях является отсутствие препятствий для общения, получения полезной, новой информации, проведения досуга, ознакомление с видео и аудио новинками, помощь в обучении, всестороннее развитие.

Среди негативных аспектов пользования социальными сетями можно назвать следующие:

- зависимость от социальных сетей и Интернета в целом,
- негативное влияние на психофункциональное состояние пользователей,
- незащищенность личной информации,
- не всегда достоверная информация,
- открытый доступ к негативной информации (онлайн насилие, порнография и др.),
- финансовые расходы на социальные сети [16, с.23].

В то же время полезным или вредным будет использование социальных сетей и Интернета в целом для пользователя, напрямую зависит от сложившихся у него навыков информационной культуры и грамотности. Именно поэтому сегодня стоит сосредоточить особое внимание на обучении детей, подростков и молодежи основам безопасного поведения в социальных сетях и Интернете [3, с. 87].

Совершенное нами исследование позволяет сделать вывод, что именно современные интернет-технологии создают условия для более раннего включения детей в процесс социализации. Но в то же время влияние социальных сетей на личностное развитие вследствие действия интернет-пространства не может быть однозначно квалифицировано, как положительное или отрицательное явление. Социальные сети являются не только мощным агентом вторичной социализации, но и выигрывают конкуренцию в социальных институтах, которые реализуют первичную социализацию, так как этому способствует динамика современной жизни. При этом мы должны помнить, что социальные сети является одним из весомых факторов социализации, но не единственным, поскольку постоянное

пребывание в сети Интернет негативно сказывается на процессе социализации через сокращение непосредственных социальных взаимодействий с людьми, изменения в общении с друзьями и близкими, развитие депрессивного состояния. Чаще всего причиной Интернет-зависимости является негармоничные семейные отношения, отсутствие поддержки и понимания со стороны близких людей. Именно поэтому чаще всего Интернет-зависимыми являются подростки, которые переживают «переходный» возраст, когда особенно остро стоит проблема взаимоотношений родителей и детей.

Вместе с тем следует обратить внимание на то, что большинство пользователей интернет-ресурсов даже не догадываются, насколько широкому кругу лиц предоставленная ими информация может стать известной, не осознают реальную и потенциальную опасность возможного противоправного использования накопленной в течение длительного времени персональной информации.

Таким образом, социальные сети имеют как положительные, так и отрицательные аспекты их использование. Именно поэтому большое значение занимает профилактика Интернет зависимости, связанной с выявлением и исправлением негативных информационных, педагогических, психологических факторов, обуславливающих отклонения в психическом и социальном развитии детей и молодежи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог, можно определить негативное влияние современных СМИ на развитие детей:

1. Современное телевидение меняет и деформирует психику ребенка, воздействуя на ее воображение, давая новые установки и модели поведения. С виртуального мира в детское сознание врываются ложные и опасные ценности: "культура" силы, агрессии, грубой и вульгарной поведения, приводит к гиперактивности детей.
2. В западных мультфильмах происходит фиксация на агрессии. Многократное повторение сцен садизма, когда герой мультфильма причиняет кому-то боль, вызывает у детей фиксацию на агрессии и способствует выработке соответствующих моделей поведения.
3. Дети повторяют то, что видят на экранах, и это является следствием идентификации. Идентифицируя себя с существом, которое имеет отклонения в

поведении и никак на экране не наказуемо, даже не осуждается, дети подражают ее и усваивают ее агрессивные модели поведения. Альберт Бандура еще в 1970 г. отмечал, что одна телевизионная модель может стать предметом подражания для миллионов.

4. Убивая в компьютерных играх, дети испытывают чувство удовлетворения, мысленно переступают нравственные нормы. В виртуальной действительности отсутствует масштаб человеческих чувств: убивая и подавляя, ребенок не переживает обычных человеческих эмоций – боли, сочувствия, сопереживания. Наоборот, привычные чувства здесь искажены, вместо них ребенок получает удовольствие от удара, образы и собственной вседозволенности.

5. Агрессия в мультфильмах сопровождается красивыми, яркими картинками. Герои красиво одеты, находятся в хорошем помещении или среди великолепной природы. На фоне этого происходят драка, другие агрессивные модели поведения, это делается для того, чтобы мультфильм притягивал. Если на основе уже имеющихся представлений о красоте вливать картинки садизма, то этим самым размываются уже сложившиеся представления. Таким образом, формируется эстетическое восприятие, новая культура человека. И эти мультфильмы, и фильмы детям уже хочется смотреть, и они уже ими воспринимаются как норма. Дети к ним тянутся и не понимают, почему взрослые с традиционными представлениями о красоте, о норме не хотят этого показывать им.

6. Часто персонажи западных мультфильмов является уродливыми и отвратительными снаружи. Для чего это делается? Дело в том, что ребенок идентифицирует себя не только с поведением персонажа. Механизмы имитации у детей являются рефлекторными и такими тонкими, что позволяют улавливать малейшие эмоциональные изменения, мельчайшие мимические гримасы. Чудовища злобного, тупые, сумасшедшие. Идентифицируя себя с такими персонажами, дети соотносят свои ощущения с выражением их лиц и начинают вести себя соответствующим образом: невозможно перенять злобную мимику и оставаться в душе добряком, перенять бессмысленный оскал и стремиться "грызть гранит науки", как в передаче "Улица Сезам".

7. Атмосфера видеорынка пронизана убийцами, насильниками, колдунами и другими персонажами, общение с которыми человек никогда не выбрала бы в реальной жизни. А дети все это видят на экранах телевизора. В них подсознание еще не защищено здравым смыслом и жизненным опытом, которые позволяют отделить реальное от условного. У ребенка все увиденное – реальность, которая запечатлевается на всю жизнь. Экран телевизора с насилием мира взрослых

заменял бабушек и мам, чтение, приобщение к подлинной культуре. Отсюда рост эмоциональных и психических расстройств, депрессий, подростковых самоубийств, немотивированной жестокости детей.

8. Главная опасность телевизора связана с подавлением воли и сознания, аналогично тому, как это делают наркотики. Американский психолог А. Мори пишет, что длительное созерцание материала, утомляя зрение, производит гипнотическое оцепенение, сопровождающееся ослаблением воли и внимания. При определенной длительности воздействия световые вспышки, мерцание и определенный ритм начинают взаимодействовать с мозговыми альфа-ритмами, от которых зависит способность концентрации внимания, и дезорганизуют мозговую ритмику – развивается синдром нарушения внимания с гиперактивностью.

9. Поток зрительной и слуховой информации, не требующий сосредоточенности и умственных усилий, воспринимается пассивно. Это со временем переносится на реальную жизнь, и ребенок начинает воспринимать эту информацию так же. И уже сосредоточиться на выполнении задания, сделать умственное или волевое усилие все труднее. Ребенок привыкает делать только то, что не требует усилий. Она с трудом включается в работу на уроках, с трудом воспринимает учебную информацию. А без активной умственной деятельности не происходит развитие нервных связей, памяти, ассоциаций.

10. Компьютер и телевизор отбирает у детей детство. Вместо активных игр, переживаний настоящих эмоций и чувств, общения со сверстниками и родителями, познания самого себя через окружающий живой мир дети часами, а бывает днями, ночами просиживают у телевизора и компьютера, лишая себя той возможности развития, дается человеку только в детстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акинфиев С. Н. Жанровая структура российского развлекательного телевидения: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.01.10 «Журналистика» / С. Н. Акинфиев; МГУ. — 21 с.
2. Банфи А. Природа зрелища / А. Банфи / Банфи А. Избранное. — М.: Просвещение, 1965. — С. 92–93.
3. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология: Основные принципы / П. Винтерхофф-Шпурк. — М.: Гуманитарный Центр, 2007. — 288 с.

4. Галушко Р. И. Западное телевидение и «массовая культура» / Р. И. Галушко. — М.: Изд-во МГУ, 1991. — 240 с.
5. Глобализация общества // Культура и культурология: Словарь / Сост. и ред. А. И. Кравченко. — М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. — С. 259.
6. Жуков С.Г. Реалити-шоу в социокультурном пространстве массовой культуры: автореф. дис. ... канд. культурологии: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / С. Г. Жуков. — Краснодар, 2009. — 22 с.
7. Курова Е. Г. Российская телевизионная культура: анализ современной ситуации: автореф. дис. ... канд. филос. наук: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / Е. Г. Курова; Юж. федер. ун-т. — Ростов-на-Дону, 2008. — 26 с.
8. Луков В.А. Единая наука о человеке: потенциалы и препятствия / В.А. Луков [Электронный ресурс] / М.: Информационно-исследовательский портал Московского гуманитарного университета, 2013. - Режим доступа: <http://hdirussia.ru/331.htm>
9. Луков В.А. Ювенология: проблемы становления теории молодежи / Вал. А. Луков // Вестник Международной Академии Наук (Русская секция). - 2007. - №2. - С. 66-69.
10. Малошик М. В. Телевизионное пространство России: культурологический и социологический дискурс / М. В. Малошик; М-во культуры и массовых коммуникаций Республики Бурятия, Улан-Удэенский фил. заоч. обучения Восточно-Сибирского ин-та МВД России. - Улан-Удэ: ФГОУ ВПО ВСГАКИ, 2006. — 185 с.
11. Невмержицкая А. В. Развлекательные программы центральных каналов телевидения как фактор нравственного воспитания подростков: Автореф. дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.07 «Теория и методика воспитания» / В. Невмержицкая; Омский гос. ун-т. - Омск, 2006. - 20 с.
12. Павловский В.В. Ювентология: проект интерактивной науки в молодежи / В.В. Павловский. - М.: Академический Проект, 2001. - 304 с.
13. Павловский В.В. Основы ювенологии: [науч. монография.] / Валерий Владимирович Павловский. - М.: Дакор: КНТ, 2007. - 240 с.
14. Победоносцева И. Е. Телевизионный дискурс в культурном пространстве постмодернизма: Автореф. ... канд. искусствоведения: спец. 17.00.04 «Киноискусство. Телевидение» / И.Е. Победоносцева. - М., 2005. - 21 с.
15. Руссо Ж. Ж. Письмо к Даламберу о театральных представлениях (1758). / Ж.Ж. Руссо // Хрестоматия по истории западноевропейского театра. Т.2. — М.: Искусство, 1955. — С.351–359.

16. Савчин М. Методологемы психологии: [монография] / М.В. Савчин. – М., 2013. – 224 с.
17. Слободчиков В.И. Интегральная периодизация общего психического развития / В.И. Слободчиков, Г.А. Цукерман // Вопросы психологии. – 1996. – № 5. – С. 38-50.
18. Слуцкий Е.Г. Молодежь как предмет исследования человеческого потенциала (humandevlopment) России и ее регионов / Е.Г. Слуцкий; Рус. акад. наук. Ин-т проблем регион. экономики. Нац. акад. ювенологии. – Санкт-Петербург: [б. и.], 2000. – 32 с.
19. Слуцкий Е.Г. Основы ювенологии и ювенальной политики: история становления, проблемы, перспективы [Текст] / Е.Г. Слуцкий; Рус. акад. наук. Ин-т проблем регион. экономики. Нац. акад. ювенологии. – СПб.: ИРЭ РАН, 2000. – 299 с.
20. Социальная педагогика: [учебник]. – 4-е изд. перераб. и доп. / Под ред. проф. А.И. Капской. – М.: Центр учебной литературы, 2009. – 488 с.
21. Сумской П.Ф. Телевизионная игра как форма интерактивной коммуникации: опыт культурологического анализа. кандидат культурологи: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / П. Ф. Сумской. — Челябинск, ЧГАКиИ, 2009. — 26 с.
22. Урвалов В.А. Очерки истории телевидения / В. А. Урвалов; Отв. ред. И.А. Росселевич; АН СССР. — М.: Наука, 1990. — 215 с.
23. Чепига Я. Педология, или наука о детях / Яков Феофанович Чепига // Свет. – 1911. – Январь. – Книга пятая. – С. 4-9.
24. Шаумян С.С. Генезис зрелищной культуры от истоков к зрелости (XVIII в.): Западная Европа и Россия: Дис. на соиск. учен. степ. канд. истор. наук: спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / С.С. Шаумян. — М., 2001. — 131 с.
25. Юдин Б. Г. От этической экспертизы к экспертизе гуманитарной // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — №2. — С. 126-135.
26. Cleary S. The Role of NGOs under Authoritarian Political System / S. Cleary - NY: St. Martin's Press, 1997. – 247 p.
27. Fisher J. Nongovernments: NGOs and the Political Development of the Third World / J. Fisher - Connecticut: Kumarian Press, 1998. – 237 p.
28. Lewis D. The Management of Non-Governmental Development Organizations. An Introduction / D. Lewis. - London - NY: Ruetledge, 2001. - 242 p.
29. Stanly Hall G. Adolescence: Its psychology and its relation to psychology, anthropology, sociology, sex, crime, religion and education / Stanly Hall G. - N.Y.: D. Appleton and Company, 1904. - Vol. 1-2.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Таблица 1. 100 наиболее популярных программ среди россиян в возрасте старше 4 лет

№	Дата	Название	День недели	Начало	Конец	Канал	Рейтинг, %	Доля, %
1	31.07.2018	Пусть говорят	Вторник	19:59:06	21:00:05		4.5	17.1
2	02.08.2018	Время	Четверг	21:00:13	21:33:23		4.3	16.1
3	30.07.2018	Местное время	Понедельник	20:44:11	20:59:19		4.2	15.1
4	01.08.2018	Инквизитор	Среда	21:33:49	23:26:16		3.9	16.1
5	02.08.2018	Морские дьяволы 4	Четверг	21:03:41	22:04:15		3.5	13.1
6	02.08.2018	Вести. (20:00)	Четверг	20:00:08	20:45:09		3.4	13.8
7	30.07.2018	На самом деле	Понедельник	19:06:33	19:58:54		3.4	15.0
8	05.08.2018	КВН - 2016. Летний кубок	Воскресенье	18:27:49	21:00:02		3.3	12.8
9	03.08.2018	Поле чудес	Пятница	19:58:39	21:00:07		3.1	13.2
10	31.07.2018	Черная кровь	Вторник	20:59:17	21:50:29		3.1	11.3

11	30.07.2018	Андрей Малахов. Прямой эфир	Понедельник	17:53:49 19:00:08		3.1	16.1
12	30.07.2018	Алхимик. Эликсир Фауста	Понедельник	21:40:12 23:47:38		2.9	12.5
13	04.08.2018	Заклятые подруги	Суббота	20:52:17 00:53:49		2.9	15.3
14	02.08.2018	60 минут	Четверг	19:00:11 19:59:56		2.8	12.6
15	02.08.2018	Сегодня вечером. (19:00)	Четверг	19:00:06 19:40:30		2.8	12.8
16	03.08.2018	Петросян-шоу	Пятница	21:00:10 23:17:28		2.8	11.5
17	04.08.2018	Сегодня вечером	Суббота	21:24:10 23:02:13		2.7	12.2
18	31.07.2018	Лесник. Своя земля	Вторник	22:03:31 23:06:44		2.7	10.5
19	05.08.2018	Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым	Воскресенье	22:03:45 00:30:00		2.6	13.4
20	31.07.2018	Мужское/женское	Вторник	16:06:38 16:59:17		2.6	17.2
21	04.08.2018	Привет, Андрей!	Суббота	17:57:18 19:58:50		2.6	13.0

22	05.08.2018	Звезды под гипнозом	Воскресенье	22:01:08	23:47:02		2.5	11.4
23	04.08.2018	Пес	Суббота	20:32:00	21:37:05		2.5	11.0
24	31.07.2018	След	Вторник	21:11:31	22:00:03		2.5	9.0
25	05.08.2018	"Следствие вели..." с Леонидом Каневским	Воскресенье	16:21:21	18:00:58		2.5	12.3
26	31.07.2018	Известия (22:00)	Вторник	22:00:09	22:29:02		2.4	9.1
27	05.08.2018	Чужая жизнь	Воскресенье	11:20:06	19:58:49		2.4	12.8
28	05.08.2018	Шаман. Новая угроза	Воскресенье	20:42:42	21:40:46		2.4	8.6
29	05.08.2018	Сто к одному	Воскресенье	09:25:47	10:10:32		2.3	17.1
30	31.07.2018	Вечерние новости	Вторник	18:00:19	18:18:21		2.2	12.9
31	04.08.2018	Видели видео?	Суббота	18:18:41	19:51:28		2.2	11.1
32	03.08.2018	"Жара 2018". Международный музыкальный фестиваль	Пятница	21:35:38	00:04:00		2.2	10.2

33	02.08.2018	ДНК	Четверг	17:23:11	18:24:44		2.1	12.6
34	04.08.2018	Память сердца	Суббота	13:58:22	17:57:18		2.1	13.2
35	02.08.2018	Ментовские войны-7	Четверг	16:27:26	17:23:11		2.0	13.1
36	05.08.2018	Новые русские сенсации. Как убивали Джуну	Воскресенье	18:00:58	18:59:50		2.0	8.9
37	05.08.2018	Сегодня днем. (16:00)	Воскресенье	16:00:05	16:19:15		1.9	9.8
38	05.08.2018	Наш потреб надзор	Воскресенье	12:59:27	14:03:26		1.8	11.0
39	05.08.2018	Дачный ответ	Воскресенье	11:56:09	12:59:27		1.8	11.3
40	05.08.2018	Полицейский с Рублевки в Бескудниково	Воскресенье	21:01:45	22:02:32		1.8	6.5
41	30.07.2018	Новости. (12:00)	Понедельник	12:00:13	12:14:46		1.8	13.3
42	03.08.2018	Веселый вечер	Пятница	23:17:28	01:21:23		1.8	13.3
43	31.07.2018	Новости. (15:00)	Вторник	15:00:19	15:15:19		1.7	13.3
44	31.07.2018	Время покажет	Вторник	16:59:17	18:00:19		1.7	11.0

45	05.08.2018	Предложение	Воскресенье	21:01:07 23:12:33		1.7	6.7
46	31.07.2018	Давай поженимся!	Вторник	15:15:19 16:06:38		1.7	12.5
47	05.08.2018	Чудо техники с Сергеем Малоземовым	Воскресенье	11:03:28 11:56:09		1.7	11.1
48	30.07.2018	Хэнкок	Понедельник	21:00:29 22:49:11		1.7	6.1
49	04.08.2018	Кто хочет стать миллионером?	Суббота	16:27:58 18:00:07		1.7	9.8
50	03.08.2018	Новости. (19:30)	Пятница	19:30:12 19:53:15		1.6	7.5
51	04.08.2018	"Измайловский парк". Юмористический концерт	Суббота	11:41:19 13:58:22		1.6	11.6
52	31.07.2018	Восхождение Юпитер	Вторник	21:00:52 23:30:35		1.6	6.3
53	03.08.2018	Последний рубеж	Пятница	20:59:40 23:00:30		1.6	6.6
54	30.07.2018	Вести. (06:30)	Понедельник	06:30:02 06:35:08		1.6	25.8
55	30.07.2018	Ирина	Понедельник	11:54:27 13:00:03		1.6	11.9
56	30.07.2018	Вести. (17:00)	Понедельник	17:00:07 17:38:38		1.6	9.6

57	05.08.2018	Своя игра	Воскресенье	15:05:23	15:59:57		1.6	8.6
58	03.08.2018	КомедиКлуб	Пятница	20:58:19	22:01:16		1.6	6.1
59	01.08.2018	Вести. (07:00)	Среда	07:00:05	07:07:29		1.6	21.3
60	02.08.2018	Судьба человека с Борисом Корчевниковым	Четверг	11:54:35	13:00:05		1.6	13.1
61	31.07.2018	Самые шокирующие гипотезы	Вторник	18:00:02	19:00:12		1.6	8.5
62	04.08.2018	Еда живая и мертвая	Суббота	11:05:54	12:02:17		1.5	11.4
63	30.07.2018	Утро России	Понедельник	06:41:15	07:00:12		1.5	23.2
64	05.08.2018	Анна Герман	Воскресенье	13:26:26	18:27:49		1.5	8.1
65	03.08.2018	РЕН Информационная программа (19:00)	Пятница	19:00:11	19:30:12		1.5	7.1
66	01.08.2018	Тайны города Эн	Среда	23:26:16	00:28:23		1.5	9.4
67	30.07.2018	Новости. (23:00)	Понедельник	23:00:11	23:25:09		1.5	7.0
68	03.08.2018	Вести. (07:30)	Пятница	07:30:01	07:35:07		1.5	20.3

69	05.08.2018	Первая передача	Воскресенье	10:22:00	11:03:28		1.5	9.8
70	05.08.2018	Когда все дома с Тимуром Кизяковым	Воскресенье	10:10:32	10:59:49		1.5	9.8
71	30.07.2018	Дикий-2	Понедельник	17:56:20	18:48:06		1.4	7.5
72	04.08.2018	КВН - 2018. Премьер-лига	Суббота	23:02:13	00:34:53		1.4	8.7
73	31.07.2018	Новости. (08:00)	Вторник	08:00:16	08:06:14		1.4	17.1
74	31.07.2018	Телеканал "Доброе утро"	Вторник	07:36:12	08:00:16		1.4	18.1
75	31.07.2018	Новости. (07:30)	Вторник	07:30:14	07:36:12		1.4	18.4
76	05.08.2018	Личная жизнь следователя Савельева	Воскресенье	19:40:08	21:38:25		1.4	5.1
77	03.08.2018	Смерть в прямом эфире	Пятница	19:53:15	20:53:57		1.4	6.0
78	05.08.2018	Бандитский Петербург II	Воскресенье	22:03:22	23:04:02		1.4	5.7
79	05.08.2018	Вести. (11:00)	Воскресенье	11:00:07	11:20:06		1.4	9.1

80	04.08.2018	Квартирный вопрос	Суббота	12:02:17 13:09:03		1.4	9.9
81	05.08.2018	Комик в городе	Воскресенье	22:35:08 23:01:35		1.4	6.0
82	01.08.2018	Рэд	Среда	19:59:12 22:01:48		1.4	5.3
83	05.08.2018	Дом - 2. Город Любви	Воскресенье	23:01:35 00:16:53		1.4	7.8
84	03.08.2018	Склифосовский. Реанимация	Пятница	14:54:09 16:59:47		1.3	9.2
85	04.08.2018	Теория заговора	Суббота	11:10:21 12:00:05		1.3	9.7
86	30.07.2018	Вести. (08:00)	Понедельник	08:00:18 08:07:32		1.3	16.1
87	30.07.2018	Где логика?	Понедельник	21:00:44 22:01:08		1.3	4.6
88	02.08.2018	Бросок кобры-2	Четверг	21:00:41 23:11:16		1.3	5.1
89	05.08.2018	Новости. (12:00 сб, вск)	Воскресенье	12:00:11 12:20:42		1.3	8.4
90	30.07.2018	Миссия невыполнима - 4	Понедельник	19:59:40 22:26:06		1.3	4.8
91	30.07.2018	О самом главном	Понедельник	09:56:27 10:58:47		1.3	10.6
92	03.08.2018	Битва за Луну: начало	Пятница	20:53:57 22:50:05		1.3	5.2

93	02.08.2018	Модный приговор	Четверг	10:52:41 12:00:06		1.3	10.9
94	02.08.2018	Новости. (08:30)	Четверг	08:30:12 08:36:15		1.3	14.6
95	01.08.2018	Однажды в России	Среда	20:58:49 21:58:02		1.3	4.8
96	01.08.2018	Вести. (09:00)	Среда	08:59:06 09:15:23		1.3	12.6
97	30.07.2018	Обзор	Понедельник	13:24:40 14:02:20		1.3	9.5
98	04.08.2018	День воздушно-десантных войск. Праздничный концерт	Суббота	14:36:15 16:27:58		1.3	8.2
99	04.08.2018	Стажер	Суббота	20:59:12 23:29:17		1.3	5.9
100	01.08.2018	Вести. (06:00)	Среда	06:00:07 06:07:19		1.3	24.9

Приложение Б

Таблица 2 Среднесуточная доля

№	Канал	Доля 4+, Доля 4-17, Доля 18-54, Доля 55+,			
		%	%	%	%
1	ИЗМЕРЯЕМОЕ ТЕМАТИЧЕСКОЕ ТВ	13.2	17.2	15.8	9.7
2	РОССИЯ 1	12.1	2.8	8.2	17.8

3	 ПЕРВЫЙ КАНАЛ	10.9	3.9	8.9	14.2
4	 НТВ	9.7	3.0	6.6	14.1
5	 ПЯТЫЙ КАНАЛ	6.5	2.6	5.7	7.9
6	 РЕН ТВ	5.8	2.1	6.9	5.2
7	 ТНТ	4.6	5.3	7.2	1.6
8	 СТС	4.5	8.3	6.8	1.4
9	 ДОМАШНИЙ	3.3	1.4	2.7	4.3
10	 ТВ-3	3.2	2.6	4.4	2.0
11	 КАРУСЕЛЬ	3.0	19.1	2.5	0.8
12	 ТВ ЦЕНТР	2.9	0.6	1.7	4.5
13	 ЗВЕЗДА	2.4	0.8	2.0	3.0
14	 РОССИЯ 24	2.0	0.5	1.7	2.5
15	 ПЯТНИЦА	1.8	3.5	2.7	0.5
16	 ДОМ КИНО	1.5	0.5	1.8	1.2
17	 МУЛЬТ	1.4	8.0	1.4	0.2

18	 КАНАЛ DISNEY	1.3	8.9	1.0	0.4
19	 РОССИЯ К	1.2	0.2	0.6	2.0
20	 МАТЧ ТВ	1.1	0.7	1.2	1.1
21	 Ю	1.1	1.0	1.5	0.6
22	 МИР	1.0	0.2	0.9	1.3
23	 ЧЕ	0.8	0.5	1.1	0.5
24	 ТНТ 4	0.7	0.9	1.3	0.2
25	 МУЗ ТВ	0.7	1.4	1.2	0.1
26	 2X2	0.7	1.8	1.0	0.0
27	 CTC LOVE	0.6	1.1	0.9	0.2
28	 DISCOVERY CHANNEL	0.4	0.5	0.5	0.3
29	СПАС	0.2	0.1	0.2	0.3
30	 RU.TV	0.2	0.4	0.3	0.0
31	 СУПЕР	0.1	0.2	0.2	0.0
32	 ЕВРОНОВОСТИ	0.1	0.0	0.1	0.1