Департамент образования Вологодской области

ГОУ СПО "Тотемский педагогический колледж"

Выпускная квалификационная работа

**по предмету: Теория, методика и практика социальной работы**

специальность 040101 Социальная работа

(**заочная форма обучения)**

**Положительное влияние средств массовой информации на процесс воспитания в подростковом возрасте**

Тотьма

2008

Оглавление

Введение

Глава 1. Роль средств массовой информации в процессе воспитания в подростковом возрасте

1.1 Воспитание как педагогическое явление

1.2 Средства массовой информации - как фактор социализации подростка

1.3 Возможности влияния на воспитание подростка средств массовой информации

1.4 Положительное влияние средств массовой информации на процесс воспитания подростков

Глава 2. Исследование положительного влияния средств массовой информации на процесс воспитания

2.1 Организация и проведение исследования

2.2 Выводы и рекомендации

Заключение

Список использованной литературы

## Введение

Одним из наиболее влиятельных институтов воспитания в современном обществе являются средства массовой информации. Это наиболее доступный, распространенный и популярный способ информирования и развлечения. Сегодня многие исследователи говорят не только об огромном, но и определяющем влиянии средств массовой информации на развитие подростков, их поведение и сознание. Занимая лидирующее место в жизни современных подростков, средства массовой информации становятся одним из важнейших агентов воспитания.

Средства массовой информации стали серьезными каналами трансляции новых смыслов, образов, моделей поведения. О возрастающей роли печати, радио и телевидения в общественной жизни страны свидетельствуют их бурный рост, распространенность и доступность массовой информации. Печатное слово, телевизионное изображение способны в кратчайшие сроки достигнуть самых отдаленных районов, проникнуть в любую социальную среду.

Широкие возможности средств массовой информации вызывают необходимость изучать механизмы их функционирования и развития, эффективность влияния на подрастающее поколение.

Тема данной работы сформулирована как "**Положительное влияние средств массовой информации на процесс воспитания подростка".**

В качестве цели данной работы выступают рассмотрение и анализ возможностей средств массовой информации влиять на воспитание подростка.

В соответствии с целью были поставлены следующие **задачи** исследования:

1. Изучить и проанализировать литературу по данной теме.

2. Выявить и обобщить позитивные и негативные тенденции воспитательного воздействия средств массовой информации на подростков.

3. Исследовать положительное воздействие средств массовой информации на процесс воспитания подростков.

**Гипотезой** исследования является предположение о том, что воздействие средств массовой информации на процесс воспитания подростка может быть положительным.

**Объектом** данного исследования является процесс воспитания подростков.

**Предметом** исследования являются особенности воспитательного воздействия средств массовой информации на подростков.

Методологической основой исследования являются положения о целостности и взаимообусловленности социальных и культурно-педагогических явлений в процессе воспитания личности; теории влияния средств визуальной коммуникации на личность; теории нравственного воспитания подростков. Использовался системный подход для анализа проблемы. Для раскрытия избранной темы мы использовали совокупность методов исследования: **теоретические методы** - анализ психолого-педагогической и другой научной литературы, анализ результатов проведенных опросов, методы статистического и сравнительного анализа, методы сбора и обработки информации; метод научного прогнозирования; и **эмпирические методы** - беседа, анкетирование.

**Практическая значимость исследования.** Использование данной работы поможет педагогам и родителям в воспитании подростков, их интеллектуальном и эмоциональном развитии, в формировании адекватного отношения и оценки используемой теле и видео продукции. В работе предоставлен практический материал для руководителей подростковых групп, учителей, консультантов, родителей.

## Глава 1. Роль средств массовой информации в процессе воспитания в подростковом возрасте

## 1.1 Воспитание как педагогическое явление

Воспитание растущего человека составляет одну из главных задач современного общества. Воспитание - процесс систематического целенаправленного воздействия на духовное и физическое развитие личности. Преодоление отчуждения человека от его подлинной сущности, формирование духовно развитой личности в процессе исторического развития общества не совершается автоматически. Оно требует усилий со стороны людей, и эти усилия направляются как на создание материальных возможностей, объективных социальных условий, так и на реализацию открывающихся, на каждом историческом этапе новых возможностей для духовно-нравственного совершенствования человека. В этом двуедином процессе реальная возможность развития человека как личности обеспечивается всей совокупностью материальных и духовных ресурсов обществ [1].

Однако наличие объективных условий само по себе еще не решает задачу формирования развитой личности. Необходима организация систематического, базирующегося на знании и учете объективных закономерностей развития личности процесса воспитания, который служит необходимой и всеобщей формой этого развития. Важно учитывать все факторы влияния на развития личности, в том числе и факторы влияния средств массовой информации. Подросток постоянно включен в те или иные формы общественной практики; и если отсутствует ее специальная организация, если отсутствует планомерное положительное влияние со стороны факторов воздействия, то воспитательное воздействие на ребенка оказывают наличные, традиционно сложившиеся ее формы, результат действия которых может оказаться в противоречии с целями воспитания. Исторически сформировавшаяся система воспитания обеспечивает присвоение детьми и подростками из окружающих их факторов воздействия, из средств массовой информации определенного круга способностей, нравственных норм и духовных ориентиров, соответствующих требованиям конкретного общества, но постепенно средства и способы организации становятся непродуктивными.

И если данному обществу требуется формирование у подростков нового круга способностей и потребностей, то для этого необходимо преобразование системы воспитания, способной организовывать эффективное функционирование новых форм воспроизводящей деятельности. Развивающая роль системы воспитания, роль воспитательного воздействия средств массовой информации при этом выступает, открыто, делаясь объектом специального обсуждения, анализа и целенаправленной организации.

Формирование человека как личности требует от общества постоянного и сознательно организуемого совершенствования системы общественного воспитания, преодоления застойных, традиционных, стихийно сложившихся форм. Такая практика преобразования сложившихся форм воспитания немыслима без опоры на научно-теоретическое психологическое знание закономерностей развития ребенка в процессе онтогенеза, ибо без опоры на такое знание существует опасность возникновения волюнтаристского, манипулятивного воздействия на процесс развития, искажения его подлинной человеческой природы, техницизм в подходе к человеку.

Под воспитанием понимается целенаправленное развитие каждого растущего человека как неповторимой индивидуальности, обеспечения роста и совершенствования нравственных и творческих сил этого человека, через построение такой общественной практики, в условиях которой то, что у ребенка находится в зачаточном состоянии или пока только составляет возможность, превращается в действительность.

Только в социальной среде в процессе целенаправленного воспитания происходит действенная выработка программ социального поведения человека, формируется человек как личность. Причем социальная обусловленность развития личности носит конкретно-исторический характер.

Но социально-историческое формирование личности не представляет собой пассивного отражения общественных отношений. Выступая и субъектом, и результатом общественных отношений, личность формируется через ее активные общественные действия, сознательно преобразуя и окружающую среду, и саму себя в процессе целенаправленной деятельности. Здесь приобретает особое значение повышение интерактивности средств массовой информации (от печатных средств массовой информации, от радио, телевидения, до Интернета).

Именно в процессе целенаправленно организуемой деятельности формируется в человеке личность.

Особую роль в воспитании играет искусство, которое в эмоционально-образной форме отражает различные виды человеческой деятельности и развивает способность творчески преобразовывать мир и самого себя.

Целенаправленное формирование личности человека предполагает ее проектирование, но не на основе общего для всех людей шаблона, а в соответствии с индивидуальным для каждого человека проектом, учитывающим его конкретные физиологические и психологические особенности [2].

Рост круга потребностей, закон возвышения потребностей, развитие потребностно-мотивационной сферы определяют характер формирования конкретных черт и качеств личности. К таким конкретным чертам личности, которые формируются в процессе воспитания, относятся: ответственность и чувство внутренней свободы, чувство собственного достоинства (самоуважение) и уважение к другим; честность и совестливость; готовность к социально необходимому труду и стремление к нему; критичность и убежденность; наличие твердых, не подлежащих пересмотру идеалов; доброта и строгость; инициативность и дисциплинированность; желание и (умение) понимать других людей и требовательность к себе и другим; способность размышлять, взвешивать и воля; готовность действовать, смелость, готовность идти на определенный риск и осторожность, избежание ненужного риска. И на воспитание всех этих сторон личности, так или иначе, могут воздействовать не только семья, окружающие ребенка люди, педагоги, но и средства массовой информации [2].

Названный ряд качеств не случайно сгруппирован попарно. Этим подчеркивается, что нет качеств "абсолютных". Самое лучшее качество должно уравновешивать противоположное. Каждый человек обычно стремится найти социально приемлемую и лично для него оптимальную меру соотношения этих качеств в своей личности. Только при таких условиях, найдя себя, сложившись и сформировавшись как целостная личность, он способен стать полноценным и полезным членом общества.

Одна из центральных задач воспитания состоит в том, чтобы сформировать у растущего человека гуманистическую направленность личности. Это значит, что в мотивационно - потребностной сфере личности общественные побуждения, мотивы социально полезных деятельностей должны устойчиво преобладать над эгоистическими мотивами. Чтобы ни делал, о чем бы ни думал подросток, в мотив его деятельности должно входить представление об обществе, о другом человеке. И здесь опять - таки огромную роль имеют средства массовой информации. Именно они, чаще всего в художественной, наглядной форме, способны порой донести до ребенка те идеалы гуманизма, которые очень сложно объяснить не только семье, но и опытному педагогу.

Другая важнейшая задача воспитания растущих людей - это формирование их устойчивых учебно-познавательных интересов. Полноценное воспитание предполагает развитие у детей познавательной потребности, которая направлена не только на содержание школьных учебных предметов, но и на всю окружающую их действительность. Ребенок должен на своем личном опыте убедиться, что мир познаваем, что человек, т.е. он сам, может открывать законы, управляющие окружающим миром, предсказывать события и проверять, произойдут ли они на самом деле, находить единую скрытую основу, казалось бы, разнородных явлений. Эта радость познания, радость собственного творчества превращает первоначальное любопытство в любознательность, присущую ребенку, делает ее более устойчивой. Любознательность потом конкретизируется, сосредотачиваясь на той или иной области действительности, т.е. начинает относиться к тому или иному учебному предмету (циклу предметов - естественнонаучному, гуманитарному и т.д.). И здесь большую значимость имеют средства массовой информации, обладающие высоким и до сих пор полностью не раскрытым потенциалом наглядности, имеющие возможности сделать изучение того или иного, даже, на первый взгляд, "сухого" теоретического вопроса, занимательным и увлекательным. [2]

Человек входит в жизнь как целостный феномен. Жизненная деятельность человека всегда несет на себе отпечаток уровня его развития как личности во всей ее разносторонности. Жизненная позиция личности формируется совокупностью всех социальных влияний на человека, и, прежде всего системой общественного воспитания, составляющей частью которой сегодня, несомненно, являются и средства массовой информации.

Личность есть системное и поэтому "сверхчувственное" качество, хотя носителем этого качества является вполне чувственный, телесный индивид со всеми его врожденными и приобретенными свойствами. Они, эти свойства, составляют лишь условия (предпосылки) формирования и функционирования личности, как и внешние условия и обстоятельства жизни, выпадающие на долю индивида.

Характеризуя "личность" имеют в виду "целостность", но такую "целостность", которая рождается в обществе, под воздействием окружающих факторов. Индивид выступает как преимущественно генотипическое образование, в основе созревания которого лежат в основном адаптивные приспособительные процессы.

Становление личности происходит в процессе усвоения людьми опыта и ценностных ориентаций данного общества, что называется социализацией. Человек учится выполнять особые социальные роли, т.е. учится вести себя в соответствии с ролью ребенка, студента, служащего, супруга, родителя и т.д. При этом подросток воспринимает те или иные роли не только из окружающей его жизни, но и из средств массовой информации. И здесь важно насколько точно и правильно будут донесены до подростка те или иные ролевые ориентиры.

Социальная личность складывается в общении людей, начиная с первичных форм общения матери с ребенком. Ребенок постоянно включен в те или иные формы общественной практики; и если отсутствует ее специальная организация, то воспитательное воздействие на ребенка оказывают наличные, традиционно сложившиеся ее формы, результат действия которых может оказаться в противоречии с целями воспитания.

Формирование человека как личности требует от общества постоянного и сознательно организуемого совершенствования системы общественного воспитания, преодоления застойных, традиционных, стихийно сложившихся форм. Именно в подростковом возрасте, когда ребенок начинает пользоваться материалами средств массовой информации, предназначенными не только для детей, когда на него начинают оказывать особое воздействие материалы средств массовой информации, предназначенные для взрослой аудитории и тем самым привлекательные для подростка, возрастает роль средств массовой информации в воспитании личности.

Выступая и субъектом, и результатом общественных отношений, личность формируется через ее активные общественные действия, сознательно преобразуя и окружающую среду, и саму себя в процессе целенаправленной деятельности. Именно в процессе целенаправленно организуемой деятельности формируется в человеке важнейшая, определяющая его как развитую личность потребность в благе другого.

Целенаправленное формирование личности человека предполагает её проектирование, но не на основе общего для всех людей шаблона, а в соответствии с индивидуальным для каждого человека проектом, учитывающим его конкретные физиологические и психологические особенности. Точно также и средства массовой информации при восприятии подростком могут дать совершенно разные ориентиры развития, в зависимости от, заложенного в ребенке с самого раннего детства, воспитания.

Таким образом, главная цель развития личности - возможно более полная реализация человеком самого себя, своих способностей и возможностей, возможно более полное самовыражение и самораскрытие. Но эти качества невозможны без участия других людей, они невозможны в изоляции и противопоставлении себя обществу, без обращения к другим людям, предполагающего их активное соучастие в этом процессе. А сегодня нельзя отрицать и безусловное влияние на развитие этих качеств средств массовой информации.

## 1.2 Средства массовой информации - как фактор социализации подростка

Социализация - непрерывный и многогранный процесс, который продолжается на протяжении всей жизни человека, к нему относятся как социально определенные, направляемые и контролируемые обществом факторы (воспитание, обучение), так и факторы, возникающие стихийно, спонтанно. Однако наиболее интенсивно он протекает в детстве и юности, когда закладываются все базовые ценностные ориентации, усваиваются основные социальные нормы и отношения, формируется мотивация социального поведения.

Процесс социализации ребенка, его формирования и развития, становления как личности происходит во взаимодействии с окружающей средой, которая оказывает на этот процесс решающее влияние посредством самых разных социальных факторов. Различают макро (от греч. makros "большой"), мезо (mesos "средний") и микро (mikros "малый") факторы социализации личности. На социализацию человека оказывают влияние мировые, планетарные процессы - экологические, демографические, экономические, социально-политические, а также страна, общество, государство в целом, которые рассматриваются как макрофакторы социализации.

К мезофакторам относятся формирование этнических установок, влияние региональных условий, в которых живет и развивается ребенок, тип поселения.

К микрофакторам относят семью, образовательные учреждения, группы сверстников и многое-многое другое, что составляет ближайшее пространство и социальное окружение, в котором находится ребенок и вступает в непосредственный контакт. Эту ближайшую среду, в которой происходит развитие ребенка, называют социумом,или микросоциумом. Микрофакторами социализации принято считать: семью, школу, друзей, средства массовой информации.

Каждое образовательное учреждение имеет определенные границы своих возможностей в решении проблемы социализации. Эти возможности увеличиваются, если учреждение осуществляет свою деятельность в единстве с другими факторами. Но, несмотря на множественность факторов социализации, существует проблема "рассогласованности" воздействий родительской семьи, школы, молодежных организаций, неформального общества сверстников и средств массовой коммуникации. Чтобы координировать усилия этих компонентов социального взаимодействия подростков, нужно четко представлять себе возможности и тенденции развития каждого из них.

Одной из самых эффективных социальных сил, влияющих на социализацию человека, его поведение в обществе, является семья. Семья - это малая социальная группа людей, объединенная кровнородственными или иными приравненными к ним связями, члены которой связаны общностью быта, взаимной материальной и моральной ответственностью. Но на сегодняшний день, данный социальный институт переживает кризис. Современная семья не обладает той ролью, на которую она претендовала в предшествующую эпоху. Здесь сказывается как развитие общественного воспитания (детские сады, школы), так и изменение самой семьи: уменьшение стабильности, малодетность, ослабление традиционной роли отца, трудовая занятость женщины и т.д.

Меняется и стиль внутрисемейных отношений. Крушение авторитарного воспитания сделало взаимоотношения родителей и детей мягче, интимнее. Имеемся в виду не родительская власть, а моральный авторитет родителей. Его поддерживать гораздо труднее, чем власть, опирающуюся на силу. Индивидуализация отношений повышает их психологическую значимость, но одновременно делает их более хрупкими, особенно в подростковом возрасте, когда диапазон и выбор общения у детей расширяется.

Следующий фактор, оказывающий влияние на развитие подростка - школа. Школа - это учебно-воспитательное учреждение, в котором изучаются основы научных знаний о человеке, природе и основы художественной культуры. В настоящее время и ее положение существенно изменилось. В начале Нового времени учитель "присвоил" себе часть родительских функции. Ныне некоторые его функции стали проблематичными, но в целом школа остается важнейшим общественным институтом, дающим детям систематическое образование и подготовку к трудовой и общественной жизни. Однако средства массовой коммуникации и внешкольные учреждения, расширяя кругозор и диапазон учащихся и в этом смысле дополняя школу, одновременно составляют ей своего рода конкуренцию. Школа сейчас редко является средоточием всей культурной жизни подростков, имеющих в своем распоряжении клубы, спортобщества и т.д. Авторитет учителя сегодня больше зависит от его личных качеств, чем от его положения. Раньше, когда учитель был самым образованным, а то и единственным грамотным в деревне, ему было гораздо легче.

Весьма сложна и проблема индивидуализации воспитания, обучения и развития мышления у подростков в рамках массовой школы. Еще немецкий просветитель XVIII в. Георг Кристоф Лихтенберг иронически заметил, что "школьный учитель и профессор выращивают исключительно виды, а не индивиды". Задача не в том, чтобы вернуть школе положение самодовлеющего "мира в себе", - а в том, чтобы сделать ее организатором и координатором всей системы воспитания подрастающего поколения. На вынесение значительной части работы за пределы школьного здания и систематическая, а не от случая к случаю, кооперация с внешкольными - и не только педагогическими - учреждениями неизбежно означают серьезную ломку привычных, форм учебно-воспитательного процесса.

Следующий фактор, оказывающий влияние на социализацию подростков - это общество сверстников. Сверстники - это группа подростков одинакового возраста. По мере того как увеличивается время, проводимое детьми и подростками вне семьи и школы, возрастает удельный вес общества сверстников, которое во многих неоднородно. С одной стороны, это руководимые и направляемые взрослые учебные, производственные и иные коллективы и организации. С другой стороны, разнообразные неформальные стихийные сообщества, большей частью разновозрастные и смешанные в социальном отношении. Чем сильнее заорганизованы старшими официальные молодежные организации, тем притягательнее и важнее становится неформальное общение.

К факторам социализации также относятся средства массовой информации. Средства массовой информации - технические средства создания, записи, копирования, тиражирования, хранения и распространения информации для массовой аудитории. Среда современного подростка в некоторых случаях перевешивает влияние учителей и родителей. Однако и среда человека, в которой происходит воспитание, существенно изменилась. В неё вошли средства массовой информации, которые проникли в различные сферы его жизни. Такие факторы как телевидение, видео, компьютеры и прочие средства массовой информации, предоставляя разнообразную информацию в наглядном изображении, громадному числу людей обладают огромным воспитательным потенциалом. По мере развития спутниковой связи, информационных технологий, Интернета средства массовой информации становится важным фактором не только постоянных изменений в нашем образе жизни, но и существенным средством воспитания подрастающих поколений. Средства массовой информации оказывают неоднозначные влияния на нравственное сознание и поведение школьников, их взаимоотношения. Влияние средств массовой информации на школьников в процессе их развития отражается в их стремлении к активному подражанию киногероям, в богатстве воображения и чутком восприятии наблюдаемых событий. Склонность подростка к фантазии, замене реальной жизни воображаемыми событиями в которые он сам начинает искренне верить, так же небезобидны, что становится фактором часто возникающих проблем в социализации. Рассматривая средства массовой информации как фактор социализации, надо иметь в виду, что непосредственным объектом воздействия потока их сообщений является не столько отдельный индивид, сколько сознание и поведение больших групп людей. Которые составляют аудиторию того или иного конкретного средства массовой информации - читателей одной газеты, слушателей определенной радиостанции, зрителей тех или иных компьютерных сетей. Центральные газеты, радио "Россия", кабельное телевидение, многочисленные сельские и районные газеты, телекомпании, которые передают свои программы на весь мир - все это позволяет рассматривать средства массовой информации как факторы воспитания. [3]

Таким образом, на социализацию человека влияет множество разных факторов. Это - экологические, демографические, экономические, социально-политические, семья, друзья, средства массовой информации, образовательные учреждения и другие факторы. В зависимости от того, в каком окружении находится человек, такое и воспитание получает он. Факторы могут влиять на детей и подростков как положительно, так и отрицательно в зависимости от силы воли, которая у каждого индивидуальная.

## 1.3 Возможности влияния на воспитание подростка средств массовой информации

Воздействие средств массовой информации на развитие личности подростка сегодня крайне противоречиво: с одной стороны, происходит расширение кругозора и любознательности, но и, с другой стороны, можно отметить растущее влияние компонентов, которые негативно сказываются на воспитании личности.

На примере телевидения обозначим комплекс проблем, которые стали особенно острыми:

Усиление воздействия рекламы на воспитание личности;

Вытеснение "взрослой" субкультурой детской субкультуры, снижение количества и качества передач для подростков;

Вытеснение отечественной культуры созданной для подростков, доминирование далеко не лучших образцов западной массовой культуры;

Снижение художественного и интеллектуального уровня ряда передач для подростков;

Сегодня для России особенно остро необходимо создание специальных каналов и проектов, развивающих подростковые средства массовой информации.

На телевидении существует проект, развивающийся в последние годы - это "Школьник ТВ". Крупнейший проект Межрегионального общественного фонда "Образование в третьем тысячелетии". Он был создан в 1999 году как общедоступный учебно-образовательный канал, рассчитанный на широкую аудиторию учащихся, преподавателей средних школ, лицеев и гимназий, абитуриентов, поступающих в высшие и средние учебные заведения, а также зрителей различного возраста и социального положения, заинтересованных получить в сжатой форме на русском языке доступ к основам точных и гуманитарных знаний. Главное отличие телеканала "Школьник ТВ" от прежних образовательных каналов в том, что он с самого начала создавался специалистами при активном участии и методической поддержке Министерства образования РФ и Московского комитета образования. В итоге получился канал, который не только интересен учащимся, но и органично встроен в реальный учебный процесс. Гарантией качества учебных программ является то, что их ведут лучшие преподаватели России. Кроме того, на нем идут художественные и документальные фильмы, спектакли, а также разные тематические передачи (которые перекликаются с изучаемыми в школе темами по истории, литературе, математике и т.д.). С 2003 года телеканал начал круглосуточное вещание: восьмичасовая программа передач появляется в эфире трижды в течение суток, что позволяет телезрителям выбирать для просмотра наиболее удобное время в своем часовом поясе. Начав регулярное спутниковое вещание, телеканал "Школьник ТВ" в своем активе свыше 15 миллионов имеет телезрителей в России, странах СНГ и Балтии. При возрастающем интересе к образованию телеканал "Школьник ТВ" динамично развивается как по расширению территории вещания, так и по качественному уровню телепрограмм. Однако пока что принимать этот канал может лишь часть школ России. [15]

Немаловажным шагом в развитии образовательного телевидения является появление нового телеканала для детей под именем забытого героя Корнея Чуковского "Бибигон", который призван быть источником полезной и занимательной информации для детей от 4 до 17 лет. Телеканал предлагает серию передач, способствующих просвещению и становлению личности ребенка. Вниманию юных зрителей представляются программы по развитию речи, духовной и физической грамотности, а также ряд развлекательных программ. Примечательным и приятным фактом является соотношение зарубежных и отечественных телепередач на "Бибигоне". Российские мультики и шоу-программы будут транслироваться почти в 2 раза больше, чем иностранные. Оценить насыщенную графику и оригинальные идеи нового островка детства в российском телевидении можно на таких общедоступных телеканалах, как "Россия", "Культура", "Спорт". [20]

С 1 июня 2007 года началось общероссийское вещание телеканала "Теленяня", рассчитанного исключительно на детскую и подростковую аудиторию. Это первый проект такого рода в России.

Финансирование этого канала осуществляется целиком за счет средств "Первого канала", и уже прорабатывается проект второго детского телеканала, но рассчитанного на более взрослую аудиторию.

В сетку вещания "Теленяни" вошли игровые шоу, направленные на развитие творческих навыков, познавательные программы и интеллектуальные викторины, а также художественные и мультипликационные фильмы. Хронометраж большинства программ составляет 15-20 минут. Подготовка программ для аудитории проходит по особой концепции - с привлечением психологов. Программы "Теленяни" безопасны для психического здоровья малышей. Прежде чем закупать, к примеру - западные анимационные фильмы, их предварительно тщательно тестируют. Телеканал вещает круглосуточно без рекламы.

Таким образом, в России развиваются специальные каналы и проекты, которые развивают и воспитывают подрастающее поколение. В настоящее время уже создано несколько телеканалов, которые ориентированы на детей и подростков.

## 1.4 Положительное влияние средств массовой информации на процесс воспитания подростков

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

Как известно, средства массовой информации - это распространение информации, ориентированной на восприятие различными группами людей.

В воспитательном плане исследователи выделяют как значимые следующие функции средств массовой информации: [4]

Рекреативная (определяет досуговое времяпрепровождение как групповое, так и индивидуальное);

Релаксационная - снимает ощущение одиночества, служит средством отвлечения при осложнениях в общении.

Информационно-познавательная. Печать, телевидение, радио, кино ориентируются на потребность людей в получении разнообразных фактов и данных об интересных явлениях и общественных событиях.

Нормативная. С помощью средств массовой информации пропагандируются нормы и образцы поведения в обществе, утверждается система ценностей, в связи с этим средства массовой информации выступают важным общественным регулятором жизнедеятельности людей.

Интегративная. Средства массовой информации объединяют массы вокруг идей, способствуют у людей общих взглядов, позиций, оценок тех или иных событий и создают психологический тонус в обществе.

Развлекательно-компенсаторная. Отдых перед телеэкраном, в кино, с журналом в руках позволяет расслабиться после трудового или учебного дня, сменить эмоциональный фон и одновременно получить заряд недостающих в реальной жизни ярких ощущений, впечатлений. Эта функция средств массовой информации особо значима для подросткового и юношеского возраста.

Фоновая. Радио, телевидение, звукозапись позволяют многим людям избежать одиночества. Единственный в семье ребенок, готовящий уроки в пустой квартире под звуки голубого экрана или магнитофона - явление, давно уже ставшее привычным.

Сегодня учеными и специалистами многих стран ставится вопрос о необходимости развития информационной экологии, формирующей здоровый информационный образ жизни людей в социальной и природной среде, помогающей создать ориентиры воспитания для подростка. Соблюдение правил информационной гигиены приводит к сознательно избранному информационному образу жизни, от возраста подростка до преклонных лет, на склоне которой человек не жалеет, что прожил ее зря. Под образом жизни понимается система видов жизнедеятельности общества в целом, социальных групп, личности, определяемых социально-экономическими условиями. Главной чертой образа жизни является его системность, проявляющаяся в том, что входящие в его состав виды деятельности взаимосвязаны между собой: изменение одной из них ведет к изменению другой. Каковы же составляющие образ жизни и виды деятельности, имеющие возможности положительного влияния на социализацию и воспитание подростка? Это:

трудовая;

общественно-политическая;

учебная;

бытовая;

социально-культурная;

досуговая деятельность.

Рассмотрим новые возможности, предоставляемые информатизацией, развитием средств массовой информации для совершенствования ряда из перечисленных слагаемых образа жизни:

общественно-политическая деятельность, в которую подросток, что бы ни говорили, активно вовлекается средствами массовой информации, обретает новую глубину с использованием интерактивного телевидения (телевидения с обратной связью). Добавление к обычному телевизору передающего устройства с пультом обратной связи позволяет подростку реагировать на вопросы ведущих телепрограмм, принимать участие в анкетировании, голосованиях, дискуссиях и т.д. Указанная данность помогает выработке активной жизненной позиции молодого человека. Создается также новый рынок заказного цифрового телевидения на экране компьютера. Данный аспект представляет собой смесь интерактивного телевидения и компьютерной техники, что может быть очень интересно для подростка, постоянно интересующегося новинками техники.

учебная деятельность. Сейчас активно развивающаяся педагогическая информатика занимается проблемами создания и реализации концепции образования людей, которым предстоит жить в информационном обществе. Среди целей информатизации образования подростков, наряду с универсальными (развитие интеллектуальных способностей, гуманизация и доступность образования) определяется и ряд специфических - компьютерная грамотность, информационное обеспечение образования (базы знаний и данных), индивидуализированное образование на основе новых компьютерных технологий обучения. Мультимедиа разработки зарубежных специалистов, в частности, помогут осуществить смену парадигмы образования: от "наполнения сосуда" к "воспламенению факела", т.е. раскрытию и развитию индивидуальных возможностей человека. Появление мультимедиа систем и их связи со средствами массовой информации приводит к созданию не только новых рабочих мест, но и особых возможностей для изменения культуры бытового, производственного (учебного) и экономического поведения молодых людей. Гипертекст как обучающее средство сегодня начинает активно использоваться в учебном процессе, внося свой вклад в совершенствование индивидуализации обучения и воспитания. В развитых странах, например, в Великобритании, в законе об образовании гарантируется право учащихся с 6 лет пользоваться новыми информационными технологиями в учебном процессе.

бытовая деятельность. Бытовые компьютеры, ставшие сегодня за рубежом, в связи с развитием Интернета, проводниками средств массовой информации, в принципе имеют по сравнению с профессиональными более ограниченные возможности (по ресурсам памяти, набору внешних устройств и др.). Однако, сегодня согласно мировым стандартам бытовой (домашний) компьютер представляет собой машину, оснащенную микрофоном, проигрывателем CD-ROM, стереодинамиками, факсимильной связью и т.п. Бытовые компьютеры предназначены для массового использования в домашних условиях при решении вычислительных, обучающих, информационно-справочных, игровых, воспитательных и других задач. Важными областями применения бытовых компьютеров также является: - обеспечение информационных потребностей людей и, в частности, вступающих в активную общественную жизнь, подростков, (доступ к различным базам данных и знаний, общение с владельцами других ЭВМ по линиям связи и др.);

социально-культурная деятельность. Развитие мультимедийных технологий средств массовой информации, в их соединении со средствами массовой информации и увеличение места, занимаемого ими в жизни современного человека, отразилось, конечно, не только на воспитании, науке и игре, но и на искусстве. Так, например, первый английский, выполненный в технологии мультимедиа CD-ROM "Сокровища Британии" посвященный английскому искусству Х - начала ХХ веков, содержит карты государства в динамике его развития и так называемую "временную линию", позволяющие вести анализ развития искусства во времени и пространстве, одновременно позволяя через электронные средства массовой информации вести постоянное пополнение свой базы данных [5].

досуговая деятельность. В мире фиксируется четкая тенденция реализации средствами массовой информации развития "инфоразвлечений". Развлекательные информационные средства делятся на воспроизводящие средства и средства, обеспечивающие участие (интерактивные средства). За одно десятилетие были созданы 4 поколения интерактивных средств. Компактные диски знаменуют появление пятого поколения. Первые три поколения интерактивных средств объединяют постоянно усложняющиеся версии видеоигр. В четвертом поколении были объединены видеоигры и бытовые компьютеры при одновременном расширении ассортимента развлечений за счет включения логических игр, музыкальных и художественных интерактивных программ. В настоящее время среди последних достижений можно выделить компьютерную мультипликацию. Появившиеся оптические диски, предлагающие игроку возможность альтернативного выбора решений, являются первым шагом к продукции пятого поколения. Данные игры, очень часто реализующие себя в Интернете под руководством какого-либо электронного средства массовой информации помогают, при правильной разработке своего материала (а на это сейчас зарубежные производители и педагогические организации денег не жалеют), не только оторвать подростка отрицательного влияния уличной среды, но и вовлечь его в жизнь, регулируемую стремлением к познанию.

Таким образом, происходящее в настоящий момент соединение средств массовой информации и новейших компьютерных технологий позволяют активизировать воспитательное воздействие на подростков. Конечно, важно отметить, что здесь особое значение приобретает качество материала, предлагаемого подросткам подобными системами средств массовой информации. Разработанная система кодов и паролей, конечно же, не обеспечивает полностью закрытость той или иной, вредной для подростка в становлении его личности информации, но минимализирует эту защиту, тем самым отвечая на справедливую для своего времени критику о развращающем воздействии средств массовой информации на подрастающее поколение.

При активном воздействии такого рода современного симбиоза средств массовой информации и новейших технологий, возникает опасность оторванности от реальной жизни. Но активно реализуемая сегодня программа экологии воспитания позволяет избежать этого. Опытные психологи и педагоги непременно участвуют при разработке того или иного материала, предназначенного для подростков, тем самым сводят указанную опасность до минимальной и средства массовой информации оказывают положительное влияние на процесс воспитания подростка.

## Глава 2. Исследование положительного влияния средств массовой информации на процесс воспитания

## 2.1 Организация и проведение исследования

**Гипотезой** данного исследования является предположение о том, что воздействие средств массовой информации на процесс воспитания подростка может быть положительным. Повышение эффективности воспитания подростков средствами массовой информации во многом зависит от учета уровня их воспитанности и нравственной направленности; от подготовленности подростков к адекватному восприятию кино, теле и видеопродукции; от организации целесообразного педагогического руководства просмотрами со стороны взрослых, их помощи в выборе визуальных средств коммуникации с целью формирования эстетического вкуса и опыта их нравственной оценки. При объединении воспитательных усилий школы, семьи и общественных организаций, занимающихся данной проблемой, станет возможным усиление положительного воспитательного потенциала и нейтрализация негативного влияния теле и видеопродукции на подростков, особенно на школьников, имеющих отрицательный опыт нравственного поведения и асоциальную направленность.

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

**Задачи**:

1. Исследовать положительное воздействие средств массовой информации на подростков.

2. Обобщить результаты исследования о влиянии средств массовой информации на подростков

3. Разработать рекомендации по нейтрализации и предотвращению негативного воспитательного влияния СМИ на подростков.

**База исследования:**

Исследовательская работа была проведена в 2007 - 2008 году в МОУ "Бабушкинскинская средняя общеобразовательная школа" в 6, 7, 8 классах.

**Выборка:**

Для исследования о влиянии средств массовой информации на процесс воспитания мы выбрали подростков 12-15 лет (57 человек) из них: 24 мальчика и 33 девочки. Это учащиеся 6 - 8 класса. Большую часть выборки составили девочки. Они больше половины всех респондентов. На вопросы анкеты отвечали подростки от 12 до 13 лет, что составляет 42,1%. От 13 до14 - 28,1% и от 14 до 15 - 28,9%

Таким образом, большую часть выборки составили девочки в возрасте от 12 до 15 лет.

0%

10%

20%

30%

40%

50%

60%

70%

мальчики

девочки

от 12 до 13 лет

от 13 до 14 лет

от 14 до 15лет

Рис.1

**Методы, используемые в исследовании:**

**Беседа** - это диалог по заранее составленной программе. Она относится к наиболее старым методам работы. Ведущая функция данного метода - побуждающая, но с успехом выполняет и другие функции. Сущность беседы состоит в том, чтобы с помощью целенаправленных и умело поставленных вопросов побудить учащихся к самостоятельным размышлениям, выводам и обобщениям. Достоинства беседы еще и в том, что она максимально активизирует мышление, служит прекрасным средством диагностики усвоенных знаний, умений. По назначению выделяются беседы: вводные или организующие; сообщения новых знаний; закрепляющие; контрольно-коррекционные.

**Вводная беседа** проводится обычно перед началом работы. Ее цель - выяснить, правильно ли учащиеся поняли значение предстоящей работы. Мы используем этот вид беседы перед проведением анкетирования.

**Метод анкетирования** - комплекс взаимосвязанных вопросов, на которые опрашиваемый дает ответ.

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

**Содержание анкеты**: Содержание и количество вопросов зависит от цели исследования и формы опроса с учетом продолжительности связи с информаторами. В анкете следует указать вопросы для получения сведений об информаторе (пол, возраст, социальное положение и пр), что явится базой для последующего анализа различных групп опрашиваемых. Необходимо предусмотреть вопросы, контролирующие последовательность ответов информатора, понимание им исследуемой проблемы. Не следует перегружать анкету малозначимыми вопросами. Анкету для заочного опроса следует сопровождать инструкцией по ее заполнению.

Перед началом проведения исследования мы подобрали, изучили и проанализировали литературу по данной теме. Использовали различные источники информации:

журнальные статьи - это научное произведение небольшого размера, в котором проблема рассматривается с обоснования ее актуальности и теоретического значения с описанием методики и результатов проведенного исследования;

учебные методические пособия - издание, предназначенное для педагогических целей (Учебники, методички). Рассматриваются вопросы обучения, по какому - либо направлению.

Брошюры - непериодическое печатное издание небольшого объема, как правило, научно-популярного характера.

Интернет ресурсы - это определенные сайты, где можно найти информацию по определенной теме.

Для проведения исследования была заключена договоренность с учителями классов. Затем составили анкету для подростков 12-15лет. Анкета состоит из девяти вопросов и паспортички. Анкета (см. Приложение1).

Анкетирование проводилось 1 февраля 2008 года.

В классах провели вводную беседу по заполнению анкет. Анкета носила открытый характер - подростки сами вписывали ответы исходя из личных эмоций и предпочтений. По результатам ответов на данные вопросы мы выяснили, какими видами средств массовой информации интересуются подростки и как они влияют на подрастающее поколение.

## 2.2 Выводы и рекомендации

**Представление результатов по каждому из вопросов анкеты:**

Таблица №1

**1. "У вас дома есть телевизор?"**

|  |  |
| --- | --- |
| Варианты ответов | Количество выборов |
| Да | 57 чел.  | 100% |
| Нет  | 0 чел.  | 0% |

Таким образом, дома телевизор имеется у всех подростков из выборки.

Таблица №2

**2. "Сколько времени вы проводите у телевизора?"**

|  |  |
| --- | --- |
| Варианты ответов | Количество выборов |
|  От одного часа до двух | 19 чел.  | 33,3% |
|  От трех до четырех часов  | 30 чел.  | 52,6% |
|  От пяти до шести часов | 5 чел | 9% |
|  Другое  | 3 чел.  | 5,1% |

0%

33%

53%

9%

5%

 От одного

часа до двух 19 чел.

 От трех до

четырех часов

30 чел.

 От пяти до

шести часов 5 чел

Другое 3 чел.

Рис.2

Больше половины опрашиваемых подростков (52,6%) проводят у телевизора от трех до четырех часов.33,3% проводят у телевизора от одного до двух часов.9% - от пяти до шести часов. Остальные 5,1% проводят часы у телевизора по настроению или не смотрят его.

Таблица №3

**3. "Какие передачи вы смотрите по телевизору?"**

|  |  |
| --- | --- |
| Варианты ответов | Количество выборов |
| Развлекательные  | 24 чел.  | 42,1% |
| Научные  | 7 чел.  | 12,3% |
| Познавательные | 11 чел | 19,3% |
| Информационные  | 4 чел.  | 7% |
| Другое  | 11 чел.  | 19,3% |

Рис.3

Большинство подростков смотрят развлекательные передачи по телевизору, что составляет 42,1% от всей выборки. 19,3% смотрят познавательные передачи и столько же смотрят в зависимости от настроения. Научными передачами увлекаются 12,3% от всей выборки. Информационные передачи смотрит всего лишь 7%.

Таблица №4

**4. "Какие фильмы вам нравится смотреть?"**

|  |  |
| --- | --- |
| Варианты ответов | Количество выборов |
| Приключенческие | 15 чел.  | 26.3% |
| Исторические | 9 чел.  | 15,8% |
| Фантастические | 5 чел | 8,8% |
| Комедийные | 19 чел.  | 33,3% |
| Другое | 9 чел.  | 15,8% |

Комедийные фильмы смотрит 33,3% - это большая часть выборки.26,3% смотрит приключенческие фильмы. Исторические фильмы смотрит 9 человек из выборки - это 15,8%. Другие ответы составляют 15,8% опрошенных. Некоторые смотрят все подряд, некоторые от настроения и часть смотрит молодежные сериалы и ужасы. Фантастикой увлекаются 8,8%, что оставляет меньшую часть выборки.

Таблица №5

**5." Вы читаете печатные издания (газеты, журналы, книги)?"**

|  |  |
| --- | --- |
| Варианты ответов | Количество выборов |
| Да | 49 чел.  | 86% |
| Нет  | 8 чел.  | 14% |

Основная часть подростков читает печатные издания (86%). Остальная часть - 14% не увлекается чтением газет, журналов, книг.

Таблица №6

**6. "Какой литературный жанр вы предпочитаете?"**

|  |  |
| --- | --- |
| Варианты ответов | Количество выборов |
| Детективы  | 12 чел.  | 21% |
| Приключенческий | 18 чел.  | 31% |
| Фантастика | 9 чел | 16% |
| Научный  | 11 чел.  | 19,% |
| Другое | 7 чел.  | 12% |

Основная часть подростков читают приключенческую литературу (31%).12 человек это 21% читают детективы. Научной литературой пользуются 19% опрошенных. Фантастику читают 16% подростков. Остальные читают от настроения или современных авторов и писателей о жизни.

Таблица №7

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

|  |  |
| --- | --- |
| Варианты ответов | Количество выборов |
| Телевидение  | 32 чел.  | 56% |
| Родители | 5 чел.  | 8,8% |
| Печатные СМИ | 10 чел | 17,5% |
| Радио | 3 чел.  | 5% |
| Общение со сверстниками  | 1 чел.  | 2% |
| Другое  | 7 чел.  | 10,7% |

Рис.4

Больше половины опрошенных считают, что люди получают основные представления о мире от телевидения.17,5% считают, что из печатных средств массовой информации.10,7% считают, что информацию люди получают из Интернета, или всех источников сразу.8,8% считают, что представление о мире дают родители. Для 5% опрошенных является радио и 2% это общение со сверстниками.

Таблица №8

**8. "Свободное время в выходные дни вы проводите в таких занятиях как":**

|  |  |
| --- | --- |
| Варианты ответов | Количество выборов |
| Слушание музыки | 12 чел.  | 21% |
| Просмотр телепередач | 10 чел.  | 17,5% |
| Чтение литературы | 9 чел | 16% |
| Общение с друзьями | 15 чел.  | 26,3% |
| Другое  | 11 чел.  | 18,3% |

Свободное время в выходные дни подростки проводят так: 26,3% - общаются с друзьями, 21% - слушают в свободное время музыку, 18,3% занимаются всем понемногу и в Интернете. Смотрят телевизор - 17,5%, и читают литературу - 16%.

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

На этот вопрос 55 человек ответили положительно, что составляет 96,5% опрошенных. Они считаю, что средства массовой информации дают много нового и интересного об окружающем мире, о людях, животных. Можно благодаря средствам массовой информации расширять кругозор. Средства массовой информации - это один из основных источников информации и современный мир невозможно представить без них.

3,5% считают, что у средств массовой информации нет положительных сторон.

Практически все подростки считают, что средства массовой информации имеют положительные стороны, и они являются основными источниками информации.

Также мы провели анализ программ телевидения, используя метод статистического и сравнительного анализа.

Мы получили такую картину: в целом по основным телеканалам за месяц декабрь 2007 года подростковые передачи и фильмы шли всего 1,9% от всего объема передач.

Передачи для подростков по отдельным телеканалам составили за этот период: ОРТ - 5%, РТР - 1,7%, ТВЦ - 1,9%, Культура - 2,6%.

Для сравнения: время, выделяемое на телесериалы в целом - 17,6%; на научно - популярные передачи, которые тоже любят смотреть подростки - всего 5,3%.

Рис.5

ОРТ

РТР

ТВЦ

культура

0%

1%

1%

2%

2%

3%

3%

4%

4%

5%

5%

5%

1,70%

1,90%

2,60%

ОРТ

РТР

ТВЦ

культура

После проведения анкетирования, обработки результатов и анализа программ телевидения в классах провели беседу. Обсуждали вопросы, что такое средства массовой информации и вопросы из анкеты.

Подросткам предлагалось рассказать, что они знают о средствах массовой информации, рассказать о том, какие телевизионные передачи, идущие по этим телеканалам им нравится смотреть? Нам было интересно узнать, какие фильмы смотрят подростки, нравиться ли им реклама. Также интересно выявить какие радиоканалы слушают подростки? И кто из числа широко известных людей вызывает у них чувство уважения и восхищения? Вспомнить ситуации, когда они чему-то научились, посмотрев телевизор.

В ходе беседы (Приложение №2) мы выявили, что подростки все больше смотрят не центральные, а "малые" сетевые каналы. По результатам анкет мы выяснили, что телевидение является не только главным источником информации о текущих событиях, но и, главным источником знаний о мире, представлений о жизни вообще. Они смотрят телевизор больше днем, меньше - вечером, и мало после двадцати трех часов. Предпочитают такие телеканалы как "Россия", "ТНТ", "МУЗ - ТВ", "СТС", "Рен ТВ" "ДТВ". Это связано с тем, что в дневное время на этих каналах показывают подростковые сериалы, программы для подростков и юношества. Они смотрят такие передачи как "Сто к одному", "В мире животных", "Необъяснимо, но факт", "Битва экстрасенсов", "Интуиция", "Умники и умницы", "Кто хочет стать миллионером", "Царь горы", многие смотрят "Новости" "Вести - спорт". И конечно, познавательные, образовательные программы - на канале "Культура". Много сейчас замечательных фильмов показывают про природу и её законы, про то, как формировался человек и всё живое.

Подростки смотрят такие фильмы как "Кармелита", "Татьянин день", "И все-таки я люблю" "Мы из будущего", "Титаник", юноши смотрят боевики, "Друзья", "Солдаты" "Звездные врата" и другие.

Практически все подростки регулярно слушают радио. Оно служит средством отдыха и развлечения. Слушают такие каналы как "Хит ФМ", "Трансмит", "Русское радио", "Юность".

На вопрос, какие рекламные ролики вы знаете, и вам нравится смотреть? Школьники ответили так: "Ненавидим рекламу, она действует на нервы!"

В подростковом возрасте ищутся герои, которые дают образы поведенческие модели для подражания. С ними они склонны себя идентифицировать, имитировать свое поведение и подражать герою. На вопрос: "Кто из числа широко известных людей вызывает у вас чувство уважения и восхищения?" подростки назвали актеров и лидеров шоу-бизнеса и спорта: Рональдо, Оршавин, П. Буре (футболисты), Алина Кабаева, Наталия Орейро, Валерия, и другие. Также испытывают уважение к различным историческим деятелям и известным политикам: В.В. Путин, Д. Медведев, Петр 1, В.В. Жириновский.

Вывод: Проведенное исследование показало, что средства массовой информации не только развлечение, но и способ узнать больше о мире и овладеть некоторыми способами действия.

Подростки и считают, что основное представление о мире люди получают от телевидения, но на первом месте у них стоит общение с друзьями, слушание музыки и только на третьем месте у них стоит просмотр телевизора. Дальше чтение прессы и пользование Интернетом.

Они смотрят многосерийные фильмы, но также увлекаются просмотром научных и познавательных программ. Реклама же их не интересует совсем. Подростки считают, что средства массовой информации на них влияет положительно.

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

Создание многообразной информации для получения образования и самообразования;

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

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

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

Рекомендации:

Родителям необходимо следить за тем, чтобы телевизор не превращался для подростка в способ "убить время", постараться сделать его жизнь максимально разнообразной и интересной, наполнить ее новыми впечатлениями и занятиями.

Дозировать просмотр телевизора подростками.

По возможности родители должны контролировать просмотр подростками телепередач и побуждать их критически оценивать увиденное.

## Заключение

Развитие и становление личности подростка происходит в постоянном контакте с окружающим миром. А именно сегодня, когда с одной стороны, люди чаще стали задумываться о воспитании подрастающего поколения, а с другой - возросло влияние средств массовой информации, связанное с техническим прогрессом и реализацией идей интерактивного вовлечения, особенно важно контролировать воспитание и развитие подростка в его взаимодействии с разного рода информационными потоками, получаемыми через средства массовой информации. На сегодняшний день влияние средств массовой информации на воспитание подростков является актуальной проблемой, и является одной из первейших задач педагогики.

Важно отметить, что существует большая опасность того, что развитие средств массовой информации, развитие новых информационных технологий опередит развитие педагогики. В настоящее время на существующих детских каналах налажен контроль, с одной стороны, фильтрующий доступную детям информацию, с другой - организующий четкое взаимодействие с производителями информационной продукции для подрастающего поколения в целях её соответствия задачам воспитания и развития личности.

Данная политика проводится непосредственно на государственном уровне, путем издания законодательными органами различного рода нормативных актов, регулирующих такого рода отношения.

Таким образом, решается вопрос о взаимодействии свободы слова, свободы средств массовой информации и их влияния на подрастающее поколение. При этом не наносится ощутимый вред свободе средств массовой информации и качественно регулируется доступ подростков к тем или иным информативным и развлекательным материалам.

По результатам анкет мы выяснили, что телевидение является не только главным источником информации о текущих событиях, но и, главным источником знаний о мире, представлений о жизни вообще. Основная часть подростков проводит у телевидения от 3 до 4 часов в день. Смотрят больше развлекательные передачи, на втором месте стоят познавательные и научные. Подросткам нравится смотреть приключенческие и исторические фильмы. Так же подростки увлекаются чтением печатных изданий - это газеты, журналы, книги. В выходные дни свободное время они проводят в общение с друзьями и слушают музыку. Практически все подростки регулярно слушают радио. Оно служит средством отдыха и развлечения.

Естественно, разработка данной темы позволяет выявить ориентиры развития российских средств массовой информации и их взаимодействия с подростками, их влияния на развитие, воспитание и социализацию подростка.

Именно анализ сложившегося в данной области положения позволяет констатировать, что у общества имеются реальные возможности полностью использовать потенциал, заложенный в средствах массовой информации для развития и воспитания подрастающего поколения.

## Список использованной литературы

1. Асмолов А.Г. "Психология личности". - М., 1998.

2. Венгеров А.Б. "Информационная ситуация может способствовать как прогрессу, так и деградации общества" "Компьютер и право", №1, июнь 1994. С.: 36

3. Воспитание младшего школьника: пособие для студентов средних и высших педагогических учебных заведений, учителей начальных классов и родителей /сост. Л.В. Ковинько. - 4-е изд., - М.: Издательский центр "Академия", 2000. - 288 с.

4. Гальвецкий К.А. "О человеке, его умственных способностях и его воспитании" - М., 1938. - с.10.

5. Гундарова И. "О последствиях восприятия телевизионной информации младшими школьниками" // Воспитание школьников - 2005год. - № 9. - С.49-53.

6. Гордин Л.Ю. Воспитание и социализация \\ Сов. Педагогика. 1991. №1. - 36

7. Демушкина О.П. Социальная работа. Курсовые и рефераты. Ростов н /Д: "Феникс", 2004. - 352с.

8. Звонарева Л.У. Статья: "противостоять негативному информационному потоку".

9. Зазнобина Л.С. Медиаобразование в школе: "Как выжить в мире СМИ" // Народное образование, №1, 1999.

10. Ильенков Э.В. "Что такое личность?" - М., 1991

11. Кон И.С. "Социология личности" - М., 1997.

12. Кравченко А.И. Общая социология: Учебник для вузов. М.: Юнити, 2002

13. Кравченко А.И. Социология: Словарь. Учебное пособие для вузов. М.: Изд. центр "Академия". 1997

14. Кон И.С. Социализация и воспитание молодежи \\ Новое педагогическое мышление. М., 1989

15. Кон И.С. Психология ранней юности. М., 1989.

16. Ливингстон С. Дети и медиа. http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/livingstone 0l. htm

17. Мудрик А.В. Социализация. \\ Магистр. 1993. №3.

18. Мудрик А.В. Введение в социальную педагогику. Пенза, 1994.

19. "Медиаобразование в школе: Как выжить в мире СМИ" // Народное

образование, 2007. - № 2 С.234.

20. Мудрик А.В. "Социальная педагогика" - М.: Издательский центр "Академия", 2000. - 192 стр.

21. Массовая информация и общественное мнение молодежи. Киев. 1990.

22. Немов Р.С. "Психология". - М., 1990.

23. Новый телеканал для детей "Бибигон"" http://www.bibigon.ru/

24. Общая социология: Систем. Курс: Учеб пособие/. Аксененк Ю. Н о и др.; Под ред. Дыльнова Г. В.2-е изд., перераб., доп. Саратов: СЮИ МВД России, 1999

25. Подласый П.И. Педагогика: Учеб. для студентов высш. пед. учеб. заведений-М.: Просвещение, 1996

26. Подласый И.П. Педагогика - М.: Гуманитар. изд. центр Владос, 2004 - Кн.2. Процесс воспитания. - 256 стр.

27. Реферат "Взаимодействие СМИ и аудитории" htt: // www.socreferat. popal.ru.

28. Российские подростки в информационном мире - Творческое объединение Юнпресс, 1998

29. Статья "Влияние пропаганды на сознание людей" htt: // www.korpunkt.ru/mnews

30. Современный подросток: проблемы жизнедеятельности. - М.: Государственный НИИ семьи и воспитания. - 1999. - 80 с

31. Словарь по социальной педагогике: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Авт. - сост. Мардахаев Л.В. - М.: Издательский центр "Академия", 2002. - 368 с

32. Специальная педагогика: Учебн. Пособие для студентов высш. пед. учебн. заведений/Под ред. Назоровой Н.М. - М.: Издательский центр "Академия", 2000. -304с

33. Социология: Основы общей теории. Учеб пособие для вузов / Отв. ред. Осипов Г.В. М.: Аспект Пресс, 1998

34 Свенцицкий А.Л. "Социальная психология". - М., 2004.

35. Краткий словарь по социологии/под общей редакцией Д.М. Гвишиани.Н. Н. Лапина. - М., 1988. - С.318

36. Тертычный Д. Голубой экран глазами ребенка // http. izvestia/ru/media/article34473

37. Тощенко Ж.Т. Социология: Общ. курс. Для вузов.2-е изд., доп., перераб. М.: Прометей, Юрайт, 1998

38. Чудинова В.П. Социализация личности ребенка меда: острые проблемы // Школьная библиотека. - 2005 год. - № 1-2. - с.77

39. Чудинова В.П. Голубева Е. Что читают современные подростки // Воспитание школьников - 2004 год. - № 4. - С.38-43

40. Чудинова В.П. Социализация личности ребенка и медиа: острые проблемы // Школьная библиотека - 2004 год. - № 4 - с.40-46

41. Чудинова В.П. Социализация личности ребенка и медиа: острые проблемы // Школьная библиотека. - 2005год. - №4. - с.25-29

42. Школьник Л.С. "О педагогических функциях массовой коммуникации // Влияние средств массовой коммуникации на интересы детей и молодежи": Сб. науч. Тр. - М., Изд-во АПН СССР, 1989. с.4

43. Щуркова Н.Е. Классное руководство: теория, методика, технология. - М.: Педагогическое общество России, 2000. - 256 с.