**Содержание**

Введение

1. Воздействие средств массовой информации

1.1Направления воздействия средств массовой информации

1.2Виды воздействия средств массовой информации

2. Теоретическое исследование воздействие средств массовой информации на детей

2.1 Особенности воздействия средств массовой информации на детей

2.2Агрессия как форма проявления влияния средств массовой информации

3. Экспериментальное исследование воздействия средств массовой информации на проявление агрессии у детей

Заключение

Глоссарий

Список использованных источников

Приложение А. Анкета для родителей

Приложение Б.Беседа с детьми на тему: "Я и телевизор"

Приложение В.Наблюдение, проводимое воспитателем

Приложение Г.Учебный эксперимент: "Телевидение. Опасности. Дети"

**Введение**

Живя в современном обществе, мы не можем обойтись без средств массовой информации. Даже если мы попытаемся оградить себя от них, у нас ничего не получится.

Средства массовой информации (СМИ) поглотили общество, вместо того чтобы более или менее точно отражать какие-то внешние события, они превратилось в реальность, с которой сравнивают окружающий мир. Мир, как его видят СМИ, стал для многих людей более реальным, чем сама жизнь.

Воздействие СМИ на общество – огромно и затрагивает всех людей. Это и послужило причиной выбора данной темы. А если учесть, что информационные технологии постоянно развиваются и направлены на привлечение все большей аудитории, то изучение такого внимания со стороны СМИ к обществу должно проводиться постоянно.

В зарубежной психологии вопросом воздействия средств массовой информации начали заниматься уже давно. Такие психологи как Альберт Бандура и Дженнингз Брайант в своих работах рассказывают о влиянии СМИ на общество и особенно на детей. В нашей же стране этому вопросу не уделено соответствующего внимания.

В современном мире человек ежедневно получает множество медиасообщений. Интерес к медиавоздействию, так же как и к свидетельствам этого воздействия, возник вместе с массовой коммуникацией. Людям никогда не было безразлично то, как СМИ воздействуют на них самих и особенно на их детей. Общественность всегда была озабочена негативным воздействием определенного сообщения или систем сообщений именно это является проблемой которую необходимо решать.

Объектом нашего исследования являются средства массовой информации, представленные в основном телевидением, интернетом и т.д.

Предметом исследования было выбрано воздействие средств массовой информации.

Целью нашей работы является изучение влияния средств массовой информации на проявление агрессии у детей.

Широкое распространение видео и телепрограмм с сюжетами насилия и увлечение ими детей вызывают острую критику педагогов и социальных работников, которые считают, что сцены насилия на экране и фильмы ужасов делают ребенка более агрессивным и жестоким. Однако, как считают некоторые детские психоаналитики, эти утверждения бездоказательны.

Такое большое количество насилия и негативной информации в СМИ заставляет задуматься о последствиях воздействия такой информации на детскую психику.

В современном обществе телевизор заменил детям живое общение. У родителей появилась прекрасная возможность переложить часть забот по развлечению и воспитанию детей на телевизор. Но если задуматься над влиянием СМИ на наших детей, то сразу всплывут как положительные, так и отрицательные факторы этого влияния.

С одной стороны телевидение расширяет кругозор, позволяет узнать много нового и интересного (а детям интересно все новое), но с другой стороны телевидение не направлено непосредственно на детскую аудиторию, а если и направлено, то не всегда с благими намерениями (реклама). СМИ направлены в основном на достижение прибыли и дети являются еще одним рычагом получить ее с платежеспособного человека.

Но, что касается негативного влияния СМИ и на последствия этого влияния? Дети как зеркало, они познают мир на примере кого-то другого, этим примером и становится для них телевидение, а насилие и постоянное волнение, передаваемое СМИ переносится на поступки и действия наших детей. Доказательствам этого негативного воздействия и будет посвящена наша работа.

Задачами нашего исследования являются:

изучение направлений воздействия средств массовой информации и видов воздействия;

изучение воздействия СМИ непосредственно на детей;

изучение влияния СМИ на проявление агрессивности у детей;

подготовка программы экспериментального исследования, подборка анкет и тестов;

составление рекомендации для родителей и педагогов по контролю и регуляции процесса воздействия современных СМИ.

Для решения поставленных целей и задач в первую очередь была изучена теоретическая литература по данной теме, в частности были изучены работы таких авторов как: Ричард Харрис, Роберт Бэрон, Дебора Ричардсон.

В работе были представлены материалы непосредственно по самому воздействию СМИ на общество в целом и на детей в частности. Также было проведено исследование, в которое входили такие методики как: беседа, анкетирование и наблюдение. В тоже время работа не ограничилась исследованием только детей. Была так же проведена работа с родителями детей. Только благодаря помощи родителей и воспитателей получилось провести наше экспериментальное исследование.

Работа состоит из 3 глав, первая глава посвящена воздействию средств массовой информации на общество, вторая непосредственно воздействию СМИ на детей и на проявление агрессии, а третья глава представляет собой экспериментальное исследование воздействия СМИ на проявление агрессии у детей.

Экспериментальное исследование проходило в центре детского развития № 121. В исследовании принимали участие дети подготовительной группы, а так же их родители и воспитатели.

По окончанию исследования было подготовлено заключение и сделаны рекомендации родителям.

**1. Воздействие средств массовой информации**

**1.1 Направления воздействия средств массовой информации**

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

# Работа средств массовой информации закреплена законами РФ. Закон РФ "О СМИ" был принят 27 декабря 1991 года. Ранее закон о печати был принят 12 ноября 1990 года. Эти документы закрепляли права и обязанности СМИ, свободу слова и печати, неприкосновенность журналистов и защиту их на основании Конституции РФ.

Средства массовой информации стали отраслью культуры недавно. СМИ относится к массовой культуре, которая появилась в начале XX века, когда средства массовой информации стали доступны всему населению. Эта культура обладала меньшей художественной ценностью, но была понятна всем и давала информацию о тех или иных событиях. Она удовлетворяла потребности людей, но в то же время быстро теряла актуальность.

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

С первых лет своей жизни он попадает в глобальную сеть, создаваемую СМИ. Возникает проблема взаимовлияния информационной среды и структуры ценностных ориентаций подрастающего поколения. С одной стороны коммерциализация телекультуры приводит к преобладанию насилия. С другой стороны, это способствует увеличению образовательных программ, видеоматериалов, развивающих игр и программ, оказывающих помощь в образовании, воспитании, и в расширении кругозора. Телекультура обладает мощным потенциалом знакомства с другими культурами и стилями, обладающих непривычными эстетическими характеристиками.

В последние годы передачи телевидения структурировались в соответствии с различными параметрами — возрастными, социальными, по интересам, образовательными, профессиональными, что соответствовало ценностным структурам общества, однако в постсоветский период эта четкая структурированность исчезает. Картина, которую представляют собой отечественные медиа сегодня не отражает действительность.

Если раньше был образ ребёнка, на кoтoрый ориентировалась структура масс медиа, то с потерей идентичности исчезает и образ "идеального потребителя продукции телекультуры", совершенно необходимый для работы технологической системы массовой информации (нужно знать, во сколько современный ребенок ложится спать, чтобы определить время показа такой передачи как "Спокойной ночи, малыши"). При создании положительной воспитательной модели поведения возможен выход из этого кризиса.

Исчезновение "железного занавеса", и "сексуальная революция" привели к серьезнейшим последствиям, как для отечественной культуры, так и для медиакультуры в частности.

В развитых странах Запада, послуживших моделью для наших отечественных масс-медиа, тема насилия давно вызывает серьезное беспокойство со стороны институтов государства и широкой общественности. Широко известны данные о периизбытке агрессии, насилия, жестокости в СМИ. К примеру, в мультфильмах, которые показывает по американскому телевидению, дети видят акт насилия каждые две минуты. Именно эта продукция вытеснила традиционных героев отечественных мультфильмов —Волка, Кота Леопольда и т.д. К моменту окончания школы дети становятся свидетелями в среднем 15 тысяч телевизионных убийств. Криминальная хроника занимает одно из ведущих мест в тематике телекультуры. Статус же образовательных программ в стране за последние 25 лет постоянно снижается, предпочтения публики за эти годы менялись, от образовательных передач и новостей к развлекательным. Тенденцией в подаче материала в СМИ, в первую очередь на телевидении, является "смешение" жанров, стирание граней между реальными событиями и вымыслом. Детская аудитория с трудом может отличить реальные события от мнимых, которые подаются в реалистической манере.

Статистика телевизионных программ показывает: специализированных детских программ осталось около 5% от общего эфирного времени, в то время как 5 лет назад их было 30%. Остались мультфильмы и несколько тематических передач, а в основном дети смотрят те же программы, что и взрослые.

Наиболее сильный эффект телевидения — сам факт его существования, всегда доступное, ставшее привычным присутствие в каждой семье, его способность свести миллионы граждан до уровня пассивных зрителей в течение большей части их жизни. Телевидение минимизизует личностные взаимодействия внутри семьи и общества.

Такое постоянное присутствие телевидения в повседневности приводит к тому, что его звуковой ряд преобладает над каналами коммуникации. Интересен, в связи с этим, такой факт: чаще всего наше отношение с телевидением — это отношение слушателя, а не зрителя. Таким образом, чтобы не превратить ребёнка в "предмет обстановки", необходима четкая позиция со стороны государства и семьи как в отношении контроля над средствами массовой информации и коммуникации, так и в отношении оптимального использования их потенциала для воспитания полноценного поколения.

В настоящее время СМИ стали все больше оказывать влияние на поведение человека. Это влияние было как положительным так и отрицательным.

В наше время наибольшее влияние на человека оказывает телевидение и интернет как самые распространенные СМИ. Через телевидение мы можем удовлетворять наши потребности в получении необходимой информации.

Современный человек нуждается в постоянном пополнении своего информационного запаса, и основной канал ее получения – зрительный: 80% всей информации мы получаем через орган зрения. Оно удовлетворяет многие наши духовные потребности и позволяет увидеть то, что невозможно увидеть в повседневной жизни. Предоставляет людям возможность ознакомиться с большим потоком информации, о которой они никогда бы не узнали, из-за недостатка времени и. Теперь же стало вполне доступным участие каждого в важных государственных мероприятиях, таких как национальные торжества, вступление кандидата на пост президента или же визит главы другого государства.

Благодаря телевидению люди получили возможность увидеть наш огромный мир. Люди могут смотреть фильмы, спектакли, спортивные события. Можно всегда быть в курсе всего нового в мире и при этом принять во всем этом непосредственное участие. Благодаря интернету появились такие возможности, как заработок в сети, способ показать, проявить себя, разместив свою собственную страничку, найти работу, старых друзей. Интернет предлагает неограниченную свободу действия. Каждый сам решаешь, какими услугами сети воспользоваться. В настоящее время через Интернет можно делать практически всё - делать покупки, заказывать авиабилеты и номера в отелях, рекламировать свои товары и фирмы, общаться самыми различными способами, найти там можно абсолютно всё. Возможности Интернет практически безграничны.

Также благодаря интернету инвалиды получили возможность реальной удаленной работы и возможность общаться. В Интернете существует огромные библиотеки всевозможной литературы, в первую очередь ценна научная литература - т.к. обычные книги стоят больших денег. Так же Интернет является самым огромным источником информации.

Но, не смотря на многие положительные стороны средств массовой информации, они не лишены и негативного влияния на общество.

В современном обществе человек в течении дня постоянно подвергается всевозможным стрессам, поэтому, придя домой, возбужденный человек может выплескивает свою злобу на ближних, в то время как сидя перед телевизором, резко приходит в торможение, т.е. в состояние повышенной внушаемости. Человек, смотрящий телевизор, глубже воспринимает информацию, острее испытывает чувство радости или страха, его психика может находиться в большей мере торможения или возбуждения.

И в процессе отдыха вместе с расслаблением тела, расслабляется и нервная система или, говоря другими словами, тормозится возбуждение центров управления психикой.

Очень часто люди вместо живого человека выбирают себе в общение экран телевизора или компьютера. Его анонимность позволяют ему удовлетворять свои низменные чувства, такие как злоба или похоть.

Он может наслаждаться картинами насилия не чувствуя упреков со стороны. Бессознательно, в состоянии гипноза, человек добровольно передает телевидению управление своими психическими процессами.

В обществе людей нет одинаковых личностей. Каждый человек индивидуален, по-своему существует в обществе, в семье, личной жизни, у него есть свои цели, идеи, принципы и симпатии. Общаясь со всем миром через телевизор, он находит для себя будто бы нечто ценное, в том числе и идеал своего существования. У одних это всевозможные герои, смелые полицейские или бандиты, у других — политические лидеры, у третьих - знаменитые киноактёры, модельеры, спортсмены и т.п.

Постепенно люди начинают полностью доверять, верит в слова и действия своего идеала, и начинает следовать его принципам. Такое влияние идеала с экрана телевизора оказывает огромное внушительное действие (вводя человека в некое гипнотическое состояние). В зависимости от склада и состояния нервной системы, внушение происходит либо в первой стадии гипноза, которая характеризуется ощущением покоя, расслаблением мышц, сохранением связи с окружающими и способностью противостоять словесному внушению, либо во второй, более глубокий, для которого характерны сонливость, оцепенение, пассивная подчиняемость внушению.

Сидящий перед экраном человек приводится, как мы уже выяснили, в гипнотическое состояние, следовательно, он "находится во власти того, кто производит впечатление на его чувства или воображение. Экспериментаторы утверждают, что можно не только напомнить ему некоторые мысли, но и навести его на другие.

Чувства в этом состоянии делаются пассивными или впечатлительными, разум утрачивает реактивную силу, что достаточно сообщить внушаемому мысль, или вызвать в нем ощущение, что он сам до этого додумался.

К сожалению, негативная информация в Интернете на данный момент преобладает. Прежде всего, необходимо сразу сказать, что речь идет о многочасовом сидении за компьютером. Второе, мы имеем в виду людей, которые проводят свое время в чатах, форумах, за играми, а не занимаются работой в Интернете или сбором информации, они составляют около 90% от всех "сидящих" в сети. Отсюда следует третье положение: портрет этой аудитории. Собственно он-то и является основополагающей причиной подобного времяпрепровождения, с вытекающими из этого последствиями. Людям, проживающим свою жизнь в Интернете зачастую необходима социальная поддержка, у них большие трудности в общении, они испытывают неудовлетворенность, низкую самооценку, закомплексованность, застенчивость и т.п. Все эти проблемы решает Интернет.

Интернет позволяет людям представиться кем угодно и не нести за это последствий, поэтому многие спешат уйти в безопасную для них среду, ни к чему не обязывающую жизнь. Таким образом, они, во-первых, усугубляют те свои черты характера, от которых хотели бы избавиться, а также приобретают новые: уход от реальности посредством изменения своего психического состояния, виртуально изменяя свой пол, возраст. Безусловно, постепенно такой образ жизни, образ мысли, пропитывает все уровни их жизни. Человек начинает действовать и думать по-другому. Он по-другому решает бытовые вопросы, семейные, личные, профессиональные, партнерские и т.д.

**1.2 Виды воздействия средств массовой информации**

На протяжении научного поиска в сфере медиавоздействия в ходе многих исследований обнаруживались свидетельства того, что просмотр жестоких фильмов и других телепередач ведет к проявлениям насилия. Как со взрослыми, так и с детьми проводились многочисленные экспериментальные исследования. Сенсационный характер преступлений-копий привлекает внимание прессы и электронных СМИ, поэтому общественности известно множество подобных случаев.

Миллионы телезрителей, которые смотрят те же самые фильмы и другие передачи, не испытывают побуждения к имитации увиденных актов насилия. Это позволяет сделать вывод о том, что совершение или не совершение телезрителями преступлений-копий обуславливается другими факторами, такими как характер человека, душевное состояние, уравновешенность и обстоятельства личной жизни. Социологи пытаются зафиксировать более тонкое воздействие масс-медиа, которое можно выявить с помощью строго контролируемых экспериментов, участие в которых не будет иметь негативных последствий.

Все усилия ученых сосредоточены на нескольких основных вопросах, относящихся к медианасилию. Целью многих исследований является измерение объема медиавоздействия в разных средствах массовой информации. Что еще более важно, в ходе этих исследований изучается подверженность зрителей телевизионному насилию и делается попытка ответить на трудный вопрос: "Какое воздействие оказывает медианасилие на потребителей массовой информации?"

При изучении воздействия медианасилия применялись различные методы исследования. При проведении научных работ, посвященных данной проблеме, было выявлено шесть основных методов исследования. К ним относятся: лабораторный эксперимент, полевой эксперимент, корреляционное исследование, лонгитюдное исследование, естественный эксперимент и экспериментальное вмешательство.

Анализируя воздействие медианасилия, ученым, прежде всего, следует четко определиться с содержанием этого понятия. Для определения объема медианасилия используется метод контент-анализа. С его помощью кодируется каждая сцена медианасилия.

Контент-анализ показал, что телепрограммы лучшего эфирного времени, в том числе не художественные, содержат большой объем сцен насилия. Контент-анализ предоставляет систему кодирования и описания содержания телепередач; но не предполагает анализа зрительского восприятия сцен насилия. Изучение контекста предполагает анализ ситуации, в рамках которой совершается акт насилия.

Исследования показали, что контекстуальные характеристики являются основным фактором, определяющим степень воздействия медианасилия на зрителей.

Мета-анализ, в ходе которого для определения общих признаков медиавоздействия и тенденций научного поиска сводятся и изучаются данные различных исследований, предполагает использование статистических методов. Применение мета-анализа позволило последовательно доказать наличие причинно-следственной связи между просмотром сцен насилия и агрессивным поведением. Основные проявления этого воздействия — имитирующее поведение и страх.

Самыми распространенными видами медиовоздеиствия являются: воздействие сексуально - откровенного медиасодержания, воздействие новостей, воздействие рекламы, воздействие развлекательной медиапродукции.

Независимо от вида СМИ — будь то телевидение, кино, компакт-диски, видео - клипы, реклама или что-либо другое — на потребителей медиаинформации ежедневно обрушивается поток сообщений и изображений сексуального характера. Диапазон этой информации очень широк — от игривых намеков до сексуально откровенных материалов различной степени, что подразумевает изображение в СМИ индивидов, вовлеченных в различного вида сексуальную активность. Сексуально откровенные материалы в электронных и печатных СМИ имеют большое значение вследствие их предполагаемой связи с такими серьезными социальными проблемами, как высокий процент беременности несовершеннолетних и распространение заболеваний, передающихся половым путем, в частности СПИДа.

В последние десятилетия исследователи изучают массовую долю и степень откровенности сексуально ориентированной информации в СМИ. Многие из этих исследований представляют собой контент-анализ, объектом, которого являются различные виды сексуально откровенных медиаматериалов, доступных для детей и подростков, порножурналы и, самое главное, телепрограммы эфирного телевидения. В печатных изданиях такие материалы можно увидеть достаточно часто, как например в "Playboy" или в газете "Спид-инфо". В музыкальных клипах такое встречается вообще сплошь и рядом, в каждом втором клипе можно увидеть такие сексуально провоцирующие действия, как объятия, поцелуи, возбуждающие танцевальные движения, сексуальный стиль одежды. Видеопродукцию откровенного содержания можно увидеть в свободной продаже, далеко не секрет что порнографию можно приобрести у так называемых "видео-пиратов". Да на телевидении в дневное время мы практически не видим сцен сексуального содержания, потому как такие передачи идут в вечернее время, но днем мы можем наблюдать анонсы и информирующую рекламу данных программ.

Регулярное потребление сексуально откровенных медиаматериалов обычно приводит к сбою установок и ценностей человека. Например, если мужчина видит несколько фильмов категории X, которые изображают женщин, получающих удовольствие от насилия, он может вскоре изменить свое мнение о частоте встречаемости подобного поведения в реальной жизни, равно как и свои установки, касающиеся степени вреда, причиняемого таким социальным и психологическим насилием, а также свое представление о вероятности того, что он сам может пойти на преступление.

Предоставляемое СМИ сексуальное содержание варьирует от намеков до более или менее сексуально откровенных медиаматериалов. Сексуально откровенные материалы в электронных и печатных СМИ имеют важное значение вследствие их предполагаемой связи с серьезными социальными проблемами. Доступность телевидения для зрителей всех возрастных категорий делает данное средство массовой информации особенно опасным, если учитывать негативные социальные последствия потребления сексуально ориентированных медиаматериалов. Порнография — крайняя степень сексуальной откровенности медиаматериалов, рассчитанных на взрослых потребителей. Такая медиапродукция не имеет художественной ценности, ее производство преследует единственную цель: эксплуатация полового влечения.

Так же большое влияние оказывают новости. Главные новости можно определить как сообщение о событии, которое случилось, или стало известно за последние 24 часа и может иметь важные последствия в дальнейшем. Событие, достойное освещения в масс-медиа, имеет четыре главных признака: оно должно быть драматичным и наполненным конфликтами, актуальным и конкретным, новым или отклоняющимся от нормы и иметь привязку к темам, которые и в дальнейшем будут интересовать новостные масс-медиа.

Новости также разделяют по нескольким второстепенным признакам. Обычно это отсутствие оскорбительного тона, восприятие новостей как заслуживающих доверия, компактность и ориентирование на интересы местной аудитории. Важной разновидностью главных новостей являются чрезвычайные или кризисные новости, которые можно определить как природное событие, представляющее собой непосредственную серьезную угрозу жизням и имуществу или душевному спокойствию многих людей. Такие чрезвычайные события отличаются "внезапным началом, неопределенностью и слабым контролем, выраженной эмоциональной реакцией и угрозой человеческим жизням и имуществу".

Во время чрезвычайных событий роль масс-медиа в обществе становится особенно важной. Как пример роль СМИ во время обрушения башен-близнецов в США 11 сентября, или война на Кавказе между Россией и Грузией. Исследователи установили и изучили несколько различных видов воздействия чрезвычайных событий. Исследования распространения новостей концентрируются на сообщении новостей и их распространении среди аудитории посредством печатных и вещательных медиа или межличностных каналов. В других работах исследуется воздействие того или иного чрезвычайного события на сами информационные организации — в фокусе внимания оказывается их особое значение для общества и их деятельность в ответ на кризис. Другим типом воздействия чрезвычайного события является эффект сплочения, проявляющийся в объединении людей в неспокойное время вокруг лидера, например президента. Легкие новости включают в себя сюжеты, представляющие интерес для людей, и новости, которые нельзя рассматривать, как только что случившиеся или безотлагательные по своей природе. Исследователи установили, что за последние годы печатные и вещательные новостные медиа стали предлагать большее количество легких новостей, пытаясь таким образом конкурировать с Internet. Исследователи воздействия новостей пытаются определить объем информации, которую люди узнают из увиденных или услышанных ими новостей; факторы, способствующие или препятствующие им в этом процессе; виды эффектов, возникающих в результате понимания или непонимания новостей. Другие исследования изучают воздействие новостей на национальном и международном уровне, в том числе воздействие новостей на международную политику или отношения с иностранными государствами. Последние научные работы на тему воздействия новостей проанализировали несколько различных сфер исследования. Они включали в себя детскую реакцию страха на сюжеты новостей, исследования разрыва в знаниях, дополнительные исследования памяти на новости и восприятия тем, которые освещаются в них. Вероятно, будущие исследования будут продолжать исследования всех вышеперечисленных проблем.

Следующим видом воздействия является воздействие рекламы. Рекламные медиа включают в себя вещательные, электронные медиа и печатные источники информации. Реклама значительно отличается от прямых продаж, основанных на межличностном общении.

Убеждающая сила рекламных сообщений зависит от множества таких факторов, как настроение человека, его предрасположенность, других индивидуальных характеристик или вероятности внимательного обдумывания сообщений. Исследователи массовых коммуникаций определили много различных индивидуальных характеристик потребителя, от которых зависит выраженность медиавоздействия.

Одной из теоретических основ для объяснения такого индивидуализированного воздействия выступает концепция избирательного внимания. Каждый человек руководствуется своими мотивами при использовании того или иного масс-медиа и поиске в нем различных сообщений. Люди смотрят, слушают или запоминают те сообщения медиа, которые согласуются с их установками, интересами или склонностями. Сила медиавоздействия зависит от мотивации человека к использованию того или иного СМИ, его эмоционального состояния во время использования медиа, предыдущего опыта и знаний.

Одним из самых главных компонентов избирательного внимания, формирования и изменения установок является вовлеченность со стороны членов аудитории. Вовлеченность медиапользователей можно приблизительно определить как их личные связи с медиасодержанием. Вовлеченность относится к уровню контроля, осуществляемого пользователем над средством массовой коммуникации, и уровню требуемой когнитивной обработки. Печатные СМИ являются типичными медиа сильной вовлеченности, учитывая уровень контроля читателя и необходимость обработки информации. Вещательные СМИ, например, телевидение, являются типичными медиа слабой вовлеченности из-за недостатка зрительского контроля над скоростью подачи материала и, обыкновенно, низкого уровня обработки информации.

Телевизионная реклама слабой вовлеченности доказала свою эффективность для достижения узнаваемости товара со стороны потребителей и восприятия бренда, но не для изменения их установок.

Печатные медиа сильной вовлеченности наилучшим образом подходят для того, чтобы донести до аудитории информацию о товаре. Различные виды телевизионных программ могут вызвать у людей разное настроение. Настроение человека влияет на его вовлеченность, реакцию на рекламу и последующее поведение в роли потребителя. Между настроением, создаваемым медиаконтекстом (программой), и настроением, вызываемым рекламой, вставленной в этот контекст, существует взаимодействие. Реклама с эмоциональным тоном или настроением, соответствующим медиаконтексту, является более эффективной, чем реклама, отличающаяся по тону от настроения передачи. Согласно теории согласованности, зрители желают придерживаться определенного настроения в течение всей программы. Исследования процесса вовлеченности рассматривали различные характеристики потребителей, обусловливающие то или иное медиавоздействие. Изучение медиаконтекста фокусирует внимание скорее на медиасодержании или стимулах, чем на отдельных признаках потребителя. Изучение различных типов медиаконтекста включает исследования когнитивных реакций, наблюдения, психологические измерения.

Продолжительное предъявление одной и той же рекламы иногда становится причиной износа рекламы, вызывающего у потребителя чувство возмущения и раздражения. В результате эффективность рекламы снижается. Для того чтобы конкретная реклама была эффективной, необходимы три "качественных" ее предъявления. Печатная реклама наиболее эффективна для малоизвестных брендов, но не для популярных. Реклама брендов, о которых люди практически ничего не знали, нуждается в более частом предъявлении.

Эффективность рекламы широко известных брендов зависит от частоты предъявления рекламы значительно меньше. Чтобы реклама была убедительной, потребитель должен полностью понимать ее сообщения. Непонимание может создавать неверное представление о предмете рекламы и сильно ограничивать ее убеждающую силу. Объектом последних исследований является маркетинговые коммуникации в интерактивном медиаокружении. Быстрые темпы развития интерактивных масс-медиа открыли перед исследователями новые горизонты маркетинговых коммуникаций.

Большинство продуктов масс-медиа предназначены для развлечения аудитории. Развлечение может быть определено как эффективное и приятное средство облегчения через снижение неудовлетворенности и неизбежных стрессов жизни. Изучение развлекательной функции масс-медиа помогает узнать, почему люди ищут развлечений, почему они выбирают определенный тип развлечений и какие существуют виды воздействия развлечений на аудиторию.

Во все времена люди использовали развлечения для многих целей — отдыха, забавы, веселья, различных ритуалов и т.д. Для объяснения эффектов медиаразвлечений применяются исследования теории использования и удовлетворения и поведенческой теории. Теория использования и удовлетворения сконцентрирована на мотивациях и поведении зрителей. Поведенческий подход позволяет исследователям принять мотивы людей за гипотезы и потом проверять их в контрольных условиях.

На решение человека выбрать определенную развлекательную передачу может влиять множество различных факторов. Концепция избирательного подхода к материалу, который мы смотрим, предполагает, что люди в своем выборе основываются на личностных предпочтениях и потребностях. Исследования показали, что в большинстве случаев люди делают свой выбор импульсивно или под влиянием момента, в зависимости от состояния, настроения или каких-то внутренних соображений. Настроения значат очень много при выборе развлекательного материала. Скучающие люди имеют тенденцию смотреть возбуждающие, волнующие программы, тогда как напряженные люди предпочитают что-то спокойное и тихое.

Развлечения бывают различных форм. Комедии, трагедии, музыкальные и танцевальные представления, артистические шоу, игровые шоу, спортивные соревнования — все они рассматриваются как формы развлечения.

В каждой драме обязательно присутствует конфликт. Но чтобы драма доставила удовольствие, в ней должны быть и другие элементы. Очень важны для получения удовольствия интересные персонажи, которых зрители любят или, наоборот, презирают.

Также в драме необходимо благополучное разрешение конфликта. Была разработана диспозиционная модель, позволяющая прогнозировать степень удовольствия от драмы, юмора или спортивных соревнований.

Юмор очень часто используется в средствах массовой информации как средство убеждения. Людям нравится юмор — он понижает их осторожность и повышает расположение к источнику сообщения. Смех — явление заразительное. Когда зрители слышат, как другие реагируют на что-либо смехом (даже если этот смех записан на пленку), они тоже начинают смеяться, и оценивают представление как более приятное.

Привлекательность напряжения в передачах объясняется тезисом, который кажется парадоксальным: в них должно быть намного больше сцен, от которых публика испытывает страх и страдание, чем сцен, описывающих удачное разрешение конфликтов. Предполагается, что популярности триллеров способствует вызываемое ими возбуждение. Также постоянное напряжение увеличивает удовлетворение от счастливого конца. Теория эмпатии предполагает, что человек может себя идентифицировать с героями, которые с честью выходят из опасных ситуаций.

На получении удовольствия от страха сказываются гендерные различия, социальные и культурные ожидания. Мужчинам больше нравится смотреть фильмы ужасов, когда они в компании испуганных женщин. А женщины получают удовольствие от таких фильмов, если смотрят их с мужчиной, который не кажется напуганным и который может их защитить.

Чудеса техники информационной эпохи обещают принести больше свободного времени и возможностей для развлечения посредством средств массовой информации. Исследования развлечений в будущем обещают стать одними из главных областей исследований процессов массовой коммуникации.

Главная проблема заключается в том, чтобы придумать новые формы развлечений, которые подходили бы особой аудитории в режиме реального времени. От развлечений стандартных медиа, таких как телевидение, кино и радио, эти игры, видео и т. д. должны отличаться своей интерактивной природой.

В годы зарождения телевидения его работники столкнулись с похожей проблемой. Сначала появились последние известия, в то время как развлекательные программы развивались намного медленнее. Многие из первых передач были простыми кальками радиошоу. Время шло, продюсеры и программные директора открыли различные технологии, которые усовершенствовали качество развлекательных программ, и через несколько десятилетий телевидение нашло свой оригинальный способ стать развлечением для миллионов людей.

Все эти виды воздействия плотно вошли в нашу жизнь, они стали частью ее. Мы уже не можем представить свою жизнь без постоянного потока информации. Спрос рождает предложение, но это совсем не мешает заставлять общество потреблять ненужную ему информацию. Масс-медиа имеет очень много каналов воздействия на человека, поэтому нужно постоянно изучать это воздействие и доносить эту информацию до общества, а информирование происходит через средства массовой информации. Получается замкнутый круг. И единственный выход из этой ситуации это государственная заинтересованность в этом вопросе с соответствующим контролем.

**2 Теоретическое исследование воздействие средств массовой информации на детей**

**2.1 Особенности воздействия средств массовой информации на детей**

На сегодняшний день все большее число родителей беспокоит влияние средств массовой информации на развитие их детей. Ранее дети усваивали культурные ценности от родителей и учителей. Теперь дети подвергаются большему влиянию новых информационных технологий. Часто полагают, что пристрастие к телевидению имеют дети, лишенные родительского внимания. Однако, были проведены исследования, в результате которых выяснилось, что дети приобретают медиа привычки в процессе общения со взрослыми. Например, дети, остающиеся дома вместе с матерью, проводят у телевизора больше времени, чем их ровесники работающих матерей. Школьники младших классов смотрят телевизор равное количество времени, независимо от того, работает их мать или нет. Из всего этого можно сделать вывод, что дети много смотрят телевизор, как в присутствии родителей, так и в их отсутствие.

Большинство родителей ограничивают ребенка в просмотре телевизионных программ. Конечно, трудно представить, что просмотр большого числа программ не отражается на развитии детей и их поведении. Чем больше дети смотрят телевизор, тем меньше у них развито творческое мышление, так как телевидение предоставляет уже готовые образы.

Просмотр телепередач замещает другие виды деятельности (чтение, подготовка домашнего задания или занятия спортом). Было доказано, что чем больше времени ребенок проводит у телевизора, тем меньше времени он уделяет чтению книг. Существует и другое мнение: дети, которые мало читают, в конце концов, начинают больше смотреть телевизор. Для мало читающих детей час, проведенный за просмотром телевизора, естественно замещает какую-то деятельность, но этот час дети все равно не стали бы тратить на чтение.

Результаты воздействия телевидения зависят не только от количества, но и от того, какие именно программы смотрят дети. Больше всего родителей беспокоит усвоение стереотипов, усвоение агрессивного поведения и чрезмерная подверженность влиянию рекламы. Как известно, именно через телевидение дети усваивают социальные стереотипы поведения женщин, мужчин, пожилых людей и многих других групп, включая и самих детей. Так, девочка с заниженной самооценкой видит по телевизору, что все женщины - идеал стройности, начинает худеть, отказываться от пищи, и приобретает расстройства пищевого поведения (анорексия), которые могут привести к смерти.

Наш телеэфир заполнен эпизодами насилия. Хотя телевидение и не толкает детей на совершение актов физического насилия, оно влияет на отношение к агрессивным действиям других людей. Дети, которые видят много насилия на телеэкране, склоны оправдывать агрессивное поведение, у них также повышается порог чувствительности к агрессии в реальной жизни, и они менее склоны пытаться помочь жертве.

Что же касается рекламы, то именно реклама продуктов и игрушек - неотъемлемая часть того, что видят дети по телевизору. В среднем ребенок видит более 50 роликов в день. А дети особенно легко поддаются воздействию рекламы. Постепенно они начинают любить именно те товары и продукты, которые рекламируются.

Наиболее сильнодействующим фактором, наносящим вред развитию речи у детей, надо считать телевидение, занимающее все больше времени и у родителей, и у детей.

У детей в возрасте от 3 - 13 лет (без собственного телевизора) время просмотра телевизора составляет 2 часа день, тогда как у детей с собственным телевизором оно постоянно повышается.

Между тем ущерб развитию речи у детей наносит не только молчание перед телеэкраном. В этом отношении телевизор, где преобладает визуальная информация, сам по себе неблагоприятно сказывается на детях. Даже детские передачи часто совершенно далеки от действительности, а быстрые смены кадров не дают ребенку возможности, как следует проследить за ходом действия. Передачи обычно стереотипны и потому никак не дают ребенку развивать собственную фантазию и творческие способности, к тому же именно на коммерческих каналах доминируют боевики и показы сцен насилия. Поэтому и речь детей в играх со сверстниками становится скудной - они ограничиваются восклицаниями наподобие тех, что встречаются в комиксах, бессмысленными обрывками фраз и глупыми подражаниями шумов, сопровождая их движениями из мультиков.

Поэтому телеэкран не только препятствует формированию речи и артикуляции, он мешает спонтанным, творческим играм и естественным движениям, не давая детям стимулов, столь необходимых им для формирования двигательных навыков и органов чувств. Нехватка многообразия варьирующихся раздражений, идущих от окружающего, может привести к дефициту в формировании функций головного мозга, а страдают при этом творческие способности, фантазия и интеллект. Основываясь на многолетнем педагогическом опыте, ученый констатирует, что из-за нехватки первичных стимулирующих раздражений у нынешних детей с все большим трудом формируются функции для восприятия внутренних и внешних состояний - тепла, равновесия, движения, обоняние, осязание и вкус. Этот дефицит только усугубляется недостатком в больших городах пригодных для игр площадок и стимулирующих условий.

Современный человек не мыслит уже свое существование без телевидения. Особенно подвержены воздействию телевидения дети, с их еще не сформировавшейся психикой и организмом в целом. Сергей Образцов пытался внушить взрослым людям простую мысль, которой следовал всю свою долгую творческую жизнь: нельзя детям до семилетнего возраста показывать (даже в сказках) сцены насилия, жестокости, грубого обращения с животными и людьми. Великий мастер знал: детская душа, что губка, впитывает все происходящее вокруг нее и, особенно все, что происходит на сцене, на экране, в книге.



Что же нам показывает современное детское телевидение? Возьмем мультфильмы. Например, известный мультсериал про кота и мышь, где весь юмор сосредоточен в расплющивании кота или мышонка, таскании кота за хвост и различных падениях. В результате дети начинают таскать своих домашних питомцев за хвост, загоняют друг друга под кровать и т.д. Эти истории постоянно рассказываются родителями и работниками детских садов.



А куда пропали добрые и поучительные, без сцен насилия отечественные мультфильмы, такие как мультфильмы 50-70-х годов? Возможно, они были в чем-то наивны, может быть, художники слишком следовали требованиям соцреализма, но эти фильмы воспитывали детей в духе общепринятых моральных принципов: будь терпим к окружающим, будь послушен, будь вежлив, будь аккуратен, цени дружбу, трудись и так далее. Таких мультфильмов осталось очень мало на телеэкране. Посмотрите современные детские телевизионные передачи с куклами. Как часто эти куклы изображают нечто, рожденное больным воображением художника. Какие-то монстры, животные непонятной породы. Задумывались ли их создатели о восприятии мира ребенком? Как уродуют они еще слабое эстетическое чувство ребенка, искажают чувство прекрасного, в конце концов, уводят в мир нереального.

Еще один, не менее, а, может быть, даже более важный аспект проблемы "дети и телевидение". Это влияние телевидения на физическое здоровье ребенка. Как показывают исследования, на еще не окрепший организм ребенка действуют следующие факторы: излучение от экрана телевизора, мелькание яркостных и цветовых пятен на его экране, частая смена изображений. Излучение, хотя оно и не превышает санитарных норм, имеет накопительный эффект и при неумеренных дозах сидения у телевизора оказывает негативное воздействие на иммунную систему, систему кроветворения и т.д. Мелькания яркостных и цветовых пятен оказывают вредное влияние на зрительный аппарат ребенка в целом (не только на глаза), на функционирование сердца и мозга, так как частоты мельканий (или правильнее сказать некоторые составляющие пространственно-временного спектра этих колебаний) могут и совпадают с частотами колебаний сердца, частотами электрических колебаний, сопровождающих деятельность сердца и мозга человека. Особенно опасно, когда наступает резонанс этих колебаний.

Из сказанного следует вывод о необходимости ограничивать время, в течение которого ребенок сидит у телевизора, не разрешать ему смотреть передачи с частыми мельканиями световых и цветовых пятен. Таким приемом часто пользуется реклама.



Как и каждое сильнодействующее средство, в зависимости от дозы, от правильности приема телевидение может быть и злом и добром. Правильно организованное, построенное с учетом влияния на человека, телевидение может стать большим добром и для психического, и для физического здоровья. Так, уже в Древнем Египте лечили цветом. Цветотерапия широко применялась на Востоке, да и сейчас лечение цветом обретает вторую жизнь. Построенное с учетом воздействия цвета на человека цветовая гамма телевизионных передач может благотворно воздействовать на зрителей, в том числе детей. Известно так же, что на человека сильно влияет пространственный спектр наблюдаемого изображения (изображение можно составить из горизонтальных и вертикальных "решеток", построенных из "палочек" разной толщины). Так, например, наблюдение однообразных, построенных из небольшого числа "решеток", изображений зданий современной архитектуры, подавляет психику человека и наоборот, здания с большим количеством декоративных элементов, как правило, создают наблюдателю комфортное состояние души. Так и телевизионные изображения, обладая различными спектрами пространственных частот, могут создавать хорошее настроение, повышать иммунитет организма, в значительной степени независимо даже от содержания сцены.



Само содержание также является мощнейшим средством воздействия на людей, особенно, конечно, детей. Добрые, красочные мультфильмы с узнаваемыми героями, художественные телефильмы, фильмы-сказки, сделанные с душой, с учетом санитарных требований, показанные на экранах телевизоров, становятся мощным положительным средством и весьма благоприятны для здоровья детей.



Негативное влияние СМИ на развитие детей подтверждают многие специалисты. Современное искусство деформирует и меняет психику ребенка, воздействуя в основном на воображение, давая новые установки и модели поведения. Из виртуального мира в детское сознание врываются ложные и опасные ценности: "культура" силы, агрессии, грубого и пошлого поведения, что приводит к гипервозбудимости детей.



В западных мультфильмах (которые заняли практически весь рынок этой продукции) происходит фиксация на агрессии. Многократное повторение сцен садизма, где герой мультфильма причиняет боль друг другу, вызывает у детей выработку соответствующих моделей поведения.

Дети часто пытаются повторять то, что видят на экранах, что является следствием идентификации. Идентифицируя себя с персонажем, поведение, которого никак на экране не наказывается, а наоборот поощряется, дети ему подражают и усваивают его агрессивные модели поведения. Еще в 1970 году А. Бандура еще говорил о том, что одна телевизионная модель может стать предметом подражания для миллионов.

Агрессия в мультфильмах сопровождается красивыми, яркими картинками. Герои красиво одеты, или находятся в красивом помещении или просто рисуется красивая сцена, которая сопровождается убийством, дракой, и другими агрессивными моделями поведения, это делается для того чтобы мультфильм притягивал. Т.к. если на основе уже имеющихся представлений о красоте вливать картинки садизма, то этим самым размываются уже сложившиеся представления.

Совершая убийства, в компьютерных играх, дети испытывают чувство удовлетворения, мысленно преступая все моральные нормы и законы. В виртуальной действительности отсутствуют человеческие чувства: убивая и совершая акты насилия ребенок не переживает обычных человеческих эмоций: боли, сочувствия, сопереживания. Наоборот, привычные чувства здесь искажены, вместо них ребенок получает удовольствие от удара и оскорбления и собственной вседозволенности.

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 их им показывать.

Часто персонажи западных мультфильмов уродливы и внешне отвратительны. Дело в том, что ребенок идентифицирует себя не только с поведением персонажа. Механизмы имитации у детей рефлекторные и такие тонкие, что позволяют улавливать малейшие эмоциональные изменения, мельчайшие мимические гримасы. Чудища злобные, тупые, безумные. Идентифицируя себя с таким персонажами, дети соотносят свои ощущения с выражением их лиц. И начинают вести соответствующим образом: невозможно перенять злобную мимику и оставаться в душе добрым, перенять оскал и стремиться хорошо учиться.

Атмосфера телерынка наполнена насильниками, убийцами, и другими персонажами, общение с которыми никогда не выбрали бы в реальной жизни. А дети все это видят на экранах телевизора. У детей подсознание еще не защищено здравым смыслом и жизненным опытом, позволяющим отграничить реальное и условное. У ребенка все увиденное – реальность, запечатлевающая на всю жизнь. Экран телевизора c насилием мира взрослых заменил бабушек и мам, чтение, приобщение к подлинной культуре. Отсюда рост эмоциональных и психических расстройств, депрессий, подростковых самоубийств, немотивированной жестокости у детей.

Главная опасность телевизора связана с подавлением воли и сознания, аналогично тем, что достигается наркотиками. С. Томпсон пишет, что продолжительное просмотра материала, утомляя зрение, производит гипнотическое действие, что сопровождается 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 и развивается синдром нарушения внимания с гиперактивностью.

Поток зрительной и слуховой информации, не требующий сосредоточенности и умственных усилий, воспринимается пассивно. Со временем это переносится на реальную жизнь, и ребенок начинает ее воспринимать так же. И уже сосредоточиться над выполнением задания, сделать умственное или волевое усилие становится все труднее. Ребенок привыкает делать только то, что не требует от него усилия. Он с трудом включается на уроках и с трудом воспринимает учебную информацию. А, между прочим, без активной умственной деятельности не происходит развитие нервных связей, памяти, ассоциаций.

Телевизор и компьютер забирают у детей детство. Вместо активных игр и переживаний настоящих эмоций, чувств и общения со сверстниками и родителями, познания самого себя через окружающий живой мир, дети днями и ночами просиживают у телевизора и компьютера, лишая себя той возможности развития, что дается человеку только в детстве.

Телевидение не только дает определенную информацию, но и показывает варианты действий, ребенок может их либо отвергать, основываясь на своих моральных убеждения, а может и принимать как легитимные с точки зрения морали. Представляется широкий выбор действий, нужно только научиться выбирать правильный. Телевидение такое, какое оно есть и не в педагогической компетенции его изменить, но зная все особенности восприятия, возрастные особенности формирования духовно-нравственных ценностей и дидактические приемы воздейстивя на детей, воспитатели и родители должны использовать возможности масс медиа в своих воспитательных целях.

**2.2 Агрессия как форма проявления влияния средств массовой информации**

В последнее время на экране стало появляться все больше видео и телепрограмм с сюжетами насилия это вызывает острую критику педагогов и социальных работников, которые считают, что сцены насилия на экране делают ребенка более агрессивными и жестокими.

Спор о том, оказывают ли на самом деле военные действия и сцены насилия, показываемые на экране, отрицательное воздействие на детей идет до сих пор.

По статистике в наиболее популярных телевизионных программах на каждый час показа приходится в среднем около восьми актов физической и девяти актов вербальной агрессии, поэтому даже ребенок, проводящий у телевизора всего лишь два часа, видит за день свыше 17 актов агрессии. Поэтому данная тема представляет собой большой интерес для психологии и обладает высокой социальной значимостью для общества .

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

В теории социального научения, существуют противоположные данные, которые говорят о том, что переживания, вызываемые пассивным наблюдением агрессии и насилия, происходящих как на экране, так и в реальной жизни, ведут не к катарсическому эффекту, а, наоборот, к возбуждению агрессии.

Это мнение основывается на том, что зритель очень часто совершает те же самые действия, что и лицо, за которым он наблюдает. В частности говорится , что простое ожидание или сам просмотр сцен насилия по телевидению и в фильмах может увеличивать степень агрессивности. Было установлено, что зрители с высоким уровнем агрессивности больше интересуются видео насилием, а мало агрессивные, просматривают такие фильмы и не обращают на них пристального внимания.

Помимо того, дети из семей, использующих различные способы социального подкрепления, по-разному воспринимают телепередачи агрессивного содержания. Как правило, дети, которые чаще подвергаются наказаниям, больше смотрят телевизионные передачи, а в качестве любимых передач они отмечают большое количество программ, в которых присутствует насилие и в качестве любимых героев – телегероев, проявляющих враждебность и агрессию.

В этой области психологи проводили различные исследования. А.Бандурой были проведены первые исследования, посвященные влиянию телевизионных образов насилия на человеческое поведение.

В этих экспериментах принимали участие дети дошкольного возраста. Им демонстрировались короткометражные фильмы, в которых взрослый весьма враждебным способом обращался с большой куклой. После просмотра сцен детям предлагалось поиграть, кто во что хочет, в течение определенного времени (10–20 мин.), а экспериментатор в это время внимательно следил за детьми, фиксируя их поведение. Как оказалось - часть детей копировали поведение актера, т.е. воспроизводили акты насилия. Эти эксперименты вскоре после их проведения были подвергнуты критике со стороны ученых–социологов и представителей телеиндустрии, подставивших под сомнение их целесообразность и верность интерпретации их результатов. Было отмечено, во-первых, дети в данных экспериментах вели себя агрессивно по отношению к надувной кукле, а не по отношению к человеку. Поэтому не ясно, можно ли продемонстрированное поведение однозначно считать агрессией – потому что никому не было причинено реального вреда. Во-вторых, материал, по нескольким существенным параметрам отличался от обычного кино - и телепродукции. По этим причинам, утверждалось, что результаты экспериментов, поставленных А.Бандурой, не подводят прочной базы под предположение о том, что сцены насилия, показываемые в теле– и кинофильмах, способны приводить к возникновению агрессии .

Вследствие таких выводов несколько исследователей начали планировать и проводить эксперименты, преследовавшие три главные цели . Во-первых, экспериментаторы старались сделать условия, максимально приближенные к реальности. Во-вторых, участникам показывали более реалистичные сцены насилия. И, в - третьих, исследователи постарались избавиться от присущего ранним экспериментам точного сходства между обстоятельствами в наблюдаемых эпизодах насилия и условиями потенциального проявления агрессии. Например, проводился такой лабораторный эксперимент: детям разных возрастных групп (5 -6 и 8 -9 лет) один из двух коротких отрывков реально существующих телепередач. Детям из первой группы демонстрировали в течение 3 с половиной минут отрывки из криминального сериала, популярного в США в начале 1960-хгодов. В этом фрагменте демонстрировались погоня, две драки, две перестрелки и один эпизод с использованием ножа. Вторая группа, в соответствии с другими экспериментальными условиями, смотрела в течение того же времени отрывок из спортивной передачи, в котором дети наблюдали интересные соревнования в беге с барьерами. Отрывок приковывал внимание так же, как и предъявляемые сцены, испытуемым первой группы, поэтому все различия в дальнейшем поведении двух групп нельзя было объяснять только разным уровнем эмоционального возбуждения.

Посмотрев один из двух фильмов, ребенок проходил в другую комнату и садился перед пультом с двумя кнопками - зеленой с надписью "помощь" и красной с надписью "причинение вреда"; еще там была белая лампочка - "готовность". Затем испытуемому сообщали, что в соседней комнате ребенок пытается, играя на тренажере, получить приз и что каждый раз, когда загорается белый сигнал, ему можно либо помочь, нажимая кнопку "помощь", либо сделать пакость, нажимая кнопку "причинение вреда". Еще испытуемому объясняли, что, когда он нажимает на красную кнопку "причинение вреда", рукоятка, с помощью которой ребенок в соседней комнате управляет игрой, довольно чувствительно нагревается (может даже обжечь). В отличие от описанных выше экспериментов, где испытуемые "проявляли агрессию" по отношению к кукле, участникам данного эксперимента сообщали, что они могут причинить боль другому человеку. На самом деле, конечно же, никакого ребенка в соседней комнате не было и за время эксперимента реального вреда никому причинено не было.

В экспериментальной комнате ребенок оставался один, и белый сигнал "готовность" зажигался 20 раз. Как и ожидалось, испытуемые, смотревшие программу со сценами агрессии, причинили своей воображаемой жертве заметно больше вреда (что измерялось числом нажатий на кнопку "причинение вреда"), чем те, кто смотрел спортивные состязания. Более того, данные результаты оказались аналогичными как для мальчиков и девочек, так и для разных возрастных групп. Как мы уже отмечали, сходные результаты были получены во многих дальнейших экспериментах. Таким образом, представляется, что просмотр даже сравнительно коротких кино- и телеэпизодов, демонстрирующих насилие, может вызывать агрессивность в последующем поведении, если даже обстоятельства проявления насилия на экране сильно отличаются от экспериментальных условий, созданных для испытуемых.

Несмотря на то, что эксперименты смогли устранить некоторые недостатки ранних экспериментов с куклой, они тоже были подвержены критике. Так как имели следующие недостатки:

1. испытуемый может счесть, что экспериментатор одобряет агрессию, так как их пригласили на просмотр фильма со сценами агрессии;

2. в программах очень часто отсутствовал сюжет из-за вырезанных фрагментов;

3. просмотр отдельно взятой программы со сценами насилия не вырабатывает опыт, так как в повседневной жизни они всегда раздавлены другими передачами.

Учтя все замечания и недостатки, был проведен новый ряд экспериментов, исследующих влияние наблюдения за сценами насилия на развитие агрессивного поведения. В этих исследованиях начали изучать, насколько дети подвержены влиянию реалистического изображения насилия по телевидению за сравнительно долгий период – от нескольких дней до нескольких десятилетий. Фиксировалось также фактически агрессивное поведение в естественных условиях и в столь же широких временных рамках.

Исследования показали, что зависимость между наблюдением насилия и агрессивностью нельзя рассматривать однозначно. Нельзя утверждать, что посмотрев остросюжетную программу, где иногда совершаются агрессивные поступки, дети готовы накинутся на любого, кто встретился у них на пути. Судя по проценту положительных результатов в большинстве исследований, вероятность более яркого проявления агрессивных наклонностей после просмотра подобных материалов невелика. Кроме того, существует большое количество факторов, влияющих на количество осуществленных агрессивных действий, так что воздействие любого из них по отдельности не велико.

При проведении лонгитюдных исследований, необходимых для доказательства влияния телевидения*,* ученые придерживаются мнения, что даже самый детальный анализ биографии не сможет полностью раскрыть взаимосвязь между индивидуальной судьбой и насилием в обществе. Было доказано , что родители все еще представляют собой основную модель для поведения детей в плане потребления (выбор телепрограмм) поведение детей напрямую зависит от поведения родителей.

Отсутствие в Российском законодательстве не только необходимых правовых норм, ограничивающих демонстрацию насилия, жестокости, порнографии, но минимального контроля за исполнением запретов, установленных статьей 4 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" и Федеральным законом "О рекламе", приводит к привыканию к проявлениям насилия в молодежной среде. При проведении всевозможных опросов было выявлено, что каждый седьмой из опрошенных детей не против дружить с лицом, нанесшим вред здоровью другого человека или совершившим умышленное противоправное действие.

Около половины готовы поддерживать контакты с людьми, совершившими кражу или грабеж. При этом более половины опрошенных обвиняют средства массовой информации в пропаганде культа насилия и жестокости, сексуальной распущенности, видят непосредственную связь между ростом преступности в стране и подавлением духовности и нравственности.

По мнению многих российских специалистов в области детской психологии причиной большинства преступлений, совершаемых детьми, является насилие на телеэкране. Агрессия с экрана идет не дозировано. У ребенка стирается барьер между реальностью и выдумкой. Экранная фантазия воплощается в жизни в форме насилия по отношению к окружающим, в том числе по отношению к близким родственникам: родителям, бабушкам и дедушкам, сестрам и братьям.

В настоящее время в России не исполняются действующие на ее территории такие международные правовые акты, как Международная Конвенция о пресечении обращения порнографических изданий и торговли ими от 12 сентября 1923 года (Женева), Соглашение относительно пресечения порнографических изданий от 4 мая 1910 года (Париж), Протокол об изменении Договора о борьбе с распространением порнографических изданий, подписанного в Париже 4 мая 1910 года (Лейк Сасекс, Нью-Иорк, 4 мая 1949 года). Подписав Европейскую конвенцию о защите прав человека и основных свобод от 4 ноября 1950 года Российская Федерация признала над собой юрисдикцию Европейского Суда по правам человека и должна учитывать Решения Европейского Суда и его толкования норм Конвенции о защите прав человека и основных свобод при принятии своих законодательных актов. Европейский Суд по правам человека и Комиссия признали, что защита нравственности в демократическом обществе является легитимной целью в соответствии с частью 2 статьи 10. Они определили в качестве "непристойных публикаций" такие публикации, которые стремятся "развратить и растлить".

По мнению Европейского Суда, "защита прав и свобод других", когда это означает защиту нравственных интересов и благополучия конкретных лиц или категорий лиц, которые нуждаются в специальной защите по причинам, таким как недостаток зрелости, психическая неспособность или состояние зависимости, относятся к одному из аспектов "защиты нравственности". Как показывает зарубежный опыт, принятие законодательных актов, устанавливающих ограничения на деятельность СМИ, направленные на защиту здоровья и обеспечение нормального умственного и духовного развития детей, не только не мешает объективному информированию граждан, но и является обязательным с точки зрения международного права.

Таким образом, неприсоединение Российской Федерации к Конвенции о трансграничном телевидении, игнорирование норм международного права и позиции Европейского Суда по правам человека наносит непоправимый вред подрастающему поколению россиян, является фактором растущей криминализации общества, когда каждый гражданин России, выходя на улицу или даже в собственном доме, не может чувствовать себя в безопасности.

**3. Экспериментальное исследование воздействия средств массовой информации на проявление агрессии у детей**

1. Выполнение работы

Целью проводимого эксперимента является выявление воздействия СМИ на на проявление агрессии у детей.

Эксперимент проходил в центре детского развития № 121. В проводимом эксперименте принимало участие 10 детей в возрасте от 6 до 6,5 лет (6 мальчиков и 4 девочки) (таблица 1):

Таблица 1 - Список участников эксперимента

|  |  |
| --- | --- |
| № | Ф.И. ребёнка |
|
| 1. | Мальчик 1 |
| 2. | Девочка 1 |
| 3. | Мальчик 2 |
| 4. | Мальчик 3 |
| 5. | Мальчик 4 |
| 6. | Девочка 2 |
| 7. | Мальчик 5 |
| 8. | Мальчик 6 |
| 9. | Девочка 3 |
| 10. | Девочка 4 |

В эксперименте были использованы следующие методики:

1. Наблюдение, проводимое родителями.
2. Анкеты для родителей (Лаврентьева Г.П. и Титаренко Т.М.) (приложение А);
3. Беседа с дошкольниками на тему: "Я и телевизор" (Пурина В.Д.) (приложение Б);
4. Наблюдение, проводимое воспитателем после просмотра телевизионных передач (методика Лаврентьевой Г.П.) (Приложение В);
5. Учебный эксперимент с родителями: "Телевидение. Опасности. Дети"

Описание проведенных методик**:**

1. Наблюдение, проводимое родителями.

Родители детей должны были в течении двух недель понаблюдать за тем что и сколько времени смотрят их дети по телевизору, какие печатные издания читают, в какие игрушки играют.

2. Анкеты для родителей (Лаврентьева Г.П. и Титаренко Т.М.)

После проведенного наблюдения родителям было предложено заполнить 2 анкеты. В первой, родителям нужно ответить на 20 вопросов. Положительный ответ на каждое утверждение оценивается в 1 балл. После этого подсчитывается итоговая сумма балов, на основании чего делается вывод об уровне агрессивности ребёнка.

15-20 баллов – повышенныйуровень агрессии

11-14 баллов – высокийуровень агрессии

6-10 баллов – среднийуровень агрессии

1-5 баллов – слабыйуровень агрессии

Во второй анкете родителям было предложено ответить на следующие вопросы:

Каковы предпочтения ваших детей в теле – и видеопросмотре (жанр, страна производитель, фильмы или мультфильмы)?

Как вы считаете, насилия на экране, реклама влияют ли на восприятие и развитие вашего ребенка?

На сколько ваш ребёнок самостоятелен в выборе теле- и видеопросмотра?

Каким образом осуществляется ваш контроль в области теле- и видеопросмотра вашего ребёнка?

Каково ваше личное отношение к современным СМИ?

3. Беседа с дошкольниками на тему: "Я и телевизор" (Пурин В.Д.).

Психолог или воспитатель в форме беседы проводит в индивидуальном режиме с каждым ребёнком четыре тестовых испытания на предмет его отношения к вопросам, связанным с проявлением агрессивности на телеэкране, что говорит и об его личной агрессивности (или предрасположенности к ней). Если вопрос или ответ не понятен ребёнку, испытатель повторяет их. Причём, ребёнок должен сам выбрать один из трёх готовых ответов какой-то один, либо придумать свой вариант ответа.

За ответ на каждый вопрос ребенок получает 0 – 2 балла – это зависит от уровня проявления агрессивности. 0 ставится при выборе ответов с буквой "а" (отсутствие агрессивности), 1 – в том случае если ребёнок выбирает ответ с буквой "б", соответствующий присутствию доли агрессивности (невысокой); 2 – в случае выбора ответа с буквой "в" (высокий уровень агрессивности). Если ребёнок придумывает другие варианты ответов, выставление за них баллов происходит по тому же принципу, что и при выборе "готовых" ответов. Затем подсчитывается итоговая сумма, на основании чего делается вывод об уровне агрессивности ребёнка (соответственно, чем больше полученная сумма, тем выше будет уровень агрессивности ребёнка).

7-8 баллов – повышенныйуровень агрессии

5-6 баллов – высокийуровень агрессии

3-4 баллов – среднийуровень агрессии

0-2 баллов – слабыйуровень агрессии

4. Наблюдение, проводимое воспитателем после просмотра телевизионных передач (методика Лаврентьевой Г.П.)

Цель наблюдения является выявление склонности к агрессивному поведению у детей после просмотра телепередач различного содержания.

В течении первой недели за детьми проводилось наблюдение и определялся уровень агрессивности без влияния СМИ.

В течении следующей недели, каждое утро детям показывали их любимые мультфильмы, просмотр длился 20 минут. Во время просмотра дети находились одни у телевизора. После чего детям предоставлялось свободное время для игры.

В качестве оборудования используются: телевизор с проигрывателем, карта наблюдений, включающая 18 фрагментов – фиксированных форм поведения, в данном случае агрессивного (испытатель в течении учебного занятия наблюдает за ребёнком и фиксирует результаты по его окончании).

В ответах следует лишь проставить "+" (что означает присутствие данного утверждения); или "-" (что означает его отсутствие).

Каждый "+" соответствует 1 баллу ("-" соответствует 0 баллов). Затем подсчитывается сумма балов, после чего делается вывод об уровне агрессивности ребёнка (соответственно, чем больше полученная сумма, тем выше будет уровень агрессивности ребёнка).

15-18 баллов – повышенныйуровень агрессии

10-14 баллов – высокийуровень агрессии

6-9 баллов – среднийуровень агрессии

0-5 баллов – слабыйуровень агрессии

5. Учебный эксперимент с родителями: "Телевидение. Опасности. Дети."

После проведения исследования был произведен учебный эксперимент для родителей, который состоит из 5 этапов. На каждом этапе родители выполняли определённое задание, стимулирующее их к постоянному осознанию необходимости систематического контроля и регулирования влияния СМИ на их детей.

**Результаты исследования.**

1. После наблюдения произведенного родителями было выявлено следующее:

Все дети регулярно смотрят телевизор. Кроме того, 6 детей регулярно читают журналы, героями которых являются персонажи мультфильмов ("Человек паук", "Черепашки ниндзя"). Родители четырех детей не ограничивают просмотр телевизора вообще, остальные пытаются ограничиваться 2-3 часами в день. Также было выяснено, что один ребенок имеет телевизор в своей комнате.

Только двое родителей смотрели телевизор вместе с детьми, остальные же занимались в это время своими делами. Чаще всего дети смотрели по телевизору иностранные мультфильмы, также их внимание привлекала реклама и музыкальные клипы.

Почти всеми родителями было также отмечено, что дети периодически интересуются теми передачами, которые смотрят они сами.

**2)** По результатам первой анкеты (Лаврентьева Г.П. и Титаренко Т.М.) была произведена оценка уровня агрессивности детей, в результате которой было выяснено, что 10% детей имеют слабый уровень агрессивности, 30% средний, 40% высокий и 20% повышенный уровень агрессивности (таблица 3 и Рисунок 1):

По результатам второй анкеты было выяснено, чтородители, работающие на двух работах, или малообеспеченные, или отсутствует один из супругов, или не имеющие образования, или относящиеся к рабочему классу, совершенно не контролируют своих детей, не регулируют процесс влияния СМИ на ребёнка, тем самым ребёнок абсолютно самостоятелен в выборе теле – и видеопросмотра, в большинстве случаев не знают предпочтений своих детей следовательно не осознают того, что телевидение и радио наносят вред.

Родители, работающие в сфере образования и медицины, или имеющие высокий социальный статус, осознают всю глубину проблемы влияния СМИ на их ребёнка и действуют традиционными методами воспитания – запрещают смотреть телевизор слишком долго, либо избирательно разрешают смотреть некоторые программы.

# Таблица 3 – Оценка уровня агрессивности детей по методике Лаврентьевой Г.П. и Титаренко Т.М.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Ф.И.О. родителей | Ф.И. ребёнка | Кол-во баллов | Уровень агрессивности | | | |
| Слабый | Средний | Высокий | Повышенный |
| 1. | Родители | Мальчик 1 | 5 |  |  |  |  |
| 2. | Родители | Девочка 1 | 11 |  |  |  |  |
| 3. | Родители | Мальчик 2 | 13 |  |  |  |  |
| 4. | Родители | Мальчик 3 | 13 |  |  |  |  |
| 5. | Родители | Мальчик 4 | 16 |  |  |  |  |
| 6. | Родители | Девочка 2 | 7 |  |  |  |  |
| 7. | Родители | Мальчик 5 | 10 |  |  |  |  |
| 8. | Родители | Мальчик 6 | 17 |  |  |  |  |
| 9. | Родители | Девочка 3 | 10 |  |  |  |  |
| 10. | Родители | Девочка 4 | 11 |  |  |  |  |
| ИТОГО: | | | | 1 ребёнок  10% | 3 ребёнка  30% | 4 ребёнка  40% | 2 ребёнка  20% |



# Рисунок 1. Оценка уровня агрессивности детей по методике Лаврентьевой Г.П. и Титаренко Т.М

# Проанализировав результаты анкетирования и наблюдения, произведенного родителями, было выяснено, что высокий и повышенный уровень агрессивности наблюдался у детей, которые практически не контролируемо смотрят телевизор и любимыми игрушками таких детей являются герои зарубежных мультфильмов.

**3)** Следующим этапом работы была беседа с детьми на тему: "Я и телевизор". В результате этой беседы были выяснены предпочтения детей в просмотре телевизионных передачах, и бли получены следующие данные говорящие об уровне агрессивности дошкольников: 20% детей имеют слабый уровень агрессивности, 60% средний, 10% высокий и 10% повышенный уровень агрессивности (таблица 4 и рисунок 2):

Таблица 4 - Оценка уровня агрессивности детей по методике "Беседа с детьми на тему: "Я и телевизор"

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Ф.И. ребёнка | Кол-во баллов | Уровень агрессивности | | | |
| Слабый | Средний | Высокий | Повышенный |
| 1. | Мальчик 1 | 4 б. |  |  |  |  |
| 2. | Девочка 1 | 4 б. |  |  |  |  |
| 3. | Мальчик 2 | 3 б. |  |  |  |  |
| 4. | Мальчик 3 | 6 б. |  |  |  |  |
| 5. | Мальчик 4 | 3 б. |  |  |  |  |
| 6. | Девочка 2 | 2 б. |  |  |  |  |
| 7. | Мальчик 5 | 2 б. |  |  |  |  |
| 8. | Мальчик 6 | 8 б. |  |  |  |  |
| 9. | Девочка 3 | 4 б. |  |  |  |  |
| 10. | Девочка 4 | 3 б. |  |  |  |  |
| ИТОГО: | | | 2 ребёнка  20% | 6 детей  60% | 1 ребёнок  10% | 1 реб.  10% |



Рисунок 2 . Оценка уровня агрессивности детей-дошкольников по методике "Беседа с детьми на тему: "Я и телевизор"

Из результатов беседы было выяснено, что дети практически не выбирают передачи показывающие насилие над людьми. При этом им очень интересен образ героя (как мультипликационного, так и телевизионного). Но на телевидение в основном присутствует образ "добра с кулаками", что и определяет последующее подражание и игры детей.

**4)** При проведении наблюдения воспитателем (методика Лаврентьевой Г.П.) были получены следующие результаты.

В течении первой недели понаблюдав за поведением детей, была произведена следующая оценка уровня агрессивности детей по методике Лаврентьевой Г.П.: 20% детей имеют слабый уровень агрессивности, 40% средний, 30% высокий и 10% повышенный уровень агрессивности (таблица 5 и рисунок 3):

Таблица 5 – Оценка уровня агрессивности детей по методике Лаврентьевой Г.П**.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ф.И | Компо-ненты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | И т о г |
| Мальчик 1 | | + | - | - | - | - | - | + | + | - | - | + | - | - | + | - | - | - | - | 5 |
| Девочка 1 | | + | - | - | + | + | - | + | + | - | - | + | - | - | - | - | + | - | + | 8 |
| Мальчик 2 | | + | + | + | + | - | + | + | - | - | + | + | - | + | + | + | - | - | - | 10 |
| Мальчик 3 | | - | - | + | + | + | + | + | - | - | - | + | - | - | - | + | - | + | + | 9 |
| Мальчик 4 | | - | + | + | + | + | + | - | + | - | - | + | + | - | - | - | - | - | - | 8 |
| Девочка 2 | | - | + | + | - | + | - | + | + | - | + | + | - | + | + | + | + | - | + | 12 |
| Мальчик 5 | | - | + | - | - | - | - | - | + | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 |
| Мальчик 6 | | + | + | - | + | - | + | + | + | + | + | + | + | + | + | - | + | + | + | 15 |
| Девочка 3 | | + | + | - | + | + | + | - | - | + | + | - | - | + | - | + | + | - | - | 10 |
| Девочка 4 | | - | + | + | + | + | - | - | - | + | - | + | + | + | - | - | - | - | + | 9 |

Как видно из результатов этого наблюдения чуть меньше половины детей имеют повышенный уровень агрессивности, игры таких детей направлены в основном на противоборство со сверстниками, при этом предпочтение делается в выборе более слабого.



# Рисунок 4. Оценка уровня агрессивности детей-дошкольников по методике Лаврентьевой Г.П.

В течении второй недели после просмотра мультфильмов была отмечена общая повышенная возбудимость детей. Некоторые дети начинали играть игрушками, изображающими героев мультфильмов (при этом игры всегда носили агрессивный характер), другие же сами представляли себя героями мультфильмов, причем каждый хотел быть самым главным героем, что сразу же порождало конфликты. Понаблюдав за поведением детей, была произведена следующая оценка уровня агрессивности детей по методике Лаврентьевой Г.П.: 10% детей имеют слабый уровень агрессивности, 30% средний, 50% высокий и 10% повышенный уровень агрессивности (таблица 6 и рисунок 4):

Таблица 6 – Оценка уровня агрессивности детей по методике Лаврентьевой Г.П**.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ф.И | Компо-ненты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | И т о г |
| Мальчик 1 | | + | - | - | - | + | - | + | + | - | - | + | - | - | + | - | + | - | - | 7 |
| Девочка 1 | | + | - | - | + | + | - | + | + | - | - | + | + | + | + | - | + | - | + | 11 |
| Мальчик 2 | | + | + | + | + | - | + | + | - | - | + | + | - | + | + | + | - | - | - | 10 |
| Мальчик 3 | | - | - | + | + | + | + | + | - | - | - | + | + | + | - | + | - | + | + | 11 |
| Мальчик 4 | | - | + | + | + | + | + | - | + | - | - | + | + | - | - | - | - | - | - | 8 |
| Девочка 2 | | - | + | + | - | + | - | + | + | - | + | + | - | + | + | + | + | - | + | 12 |
| Мальчик 5 | | - | + | - | - | - | - | - | + | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 |
| Мальчик 6 | | + | + | - | + | - | + | + | + | + | + | + | + | + | + | - | + | + | + | 15 |
| Девочка 3 | | + | + | - | + | + | + | - | - | + | + | - | - | + | - | + | + | - | - | 10 |
| Девочка 4 | | - | + | + | + | + | - | - | - | + | - | + | + | + | - | - | - | - | + | 9 |



# Рисунок 4. Оценка уровня агрессивности детей-дошкольников по методике Лаврентьевой Г.П.

Как видно из результатов этого наблюдения после просмотра мультфильмов с элементами агрессии больше половины детей проявили повышенный уровень агрессивности, при этом одной из главных своих задач они видели доминирование над сверстниками, превосходство над ними любыми способами и не умение идти на компромиссы.

**5**) По результатам первых 3 методик были получены следующие результаты: 0% детей имеют слабый уровень агрессивности, 60% средний, 30% высокий и 10% повышенный уровень агрессивности (рисунок 5 и таблица 7):

Проанализировав результаты эксперимента можно сделать вывод, что из 10 детей, в особом внимании нуждаются 4 ребёнка, у которых выявлен высокий и повышенный уровень агрессивности, этим детям присуще агрессивное поведение; рассказывание историй, с актами насилия; на приветствие отвечают агрессивно; портят общественную и личную собственность; негативно относятся к замечаниям; часто дерутся. Как было выяснено из наблюдения родителями именно эти дети неконтролируемо смотрят телевизор дома, а мальчик у которого повышенный уровень агрессивности имеет телевизор в собственной комнате.

Средний уровень агрессивности наблюдается у 6 детей, они отличаются тем, что негативно относятся к замечаниям, не дисциплинированны, не послушны и пристают к более слабым.

Слабый уровень агрессивности по результатам четырёх методик не был выявлен ни у кого из детей экспериментальной группы.

Таблица 7 – Оценка уровня агрессивности детей по трем методикам

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Ф.И.Ребёнка | Результаты по методикам | | | Выводы об уровне агрессивности |
| 1 | 2 | 3 |  |
| 1 | Мальчик 1 | СЛ | СР | СР | СР |
| 2 | Девочка 1 | В | СР | В | В |
| 3 | Мальчик 2 | В | СР | В | В |
| 4 | Мальчик 3 | В | В | В | В |
| 5 | Мальчик 4 | П | СР | СР | СР |
| 6 | Девочка 2 | СР | СЛ | В | СР |
| 7 | Мальчик 5 | СР | СЛ | СР | СР |
| 8 | Мальчик 6 | П | П | П | П |
| 9 | Девочка 3 | СР | СР | В | СР |
| 10 | Девочка 4 | В | СР | СР | СР |

П – повышенный уровень агрессии

В – Высокий уровень агрессии

СР – Средний уровень агрессии

СЛ – Слабый уровень агрессии

**6)** После проведенного исследования было проведено родительское собрание, в ходе которого провели следующий эксперимент. Проведение учебного эксперимента для родителей состоит из 5 этапов. На каждом этапе родители выполняли определённое задание, стимулирующее их к постоянному осознанию необходимости систематического контроля и регулирования влияния СМИ на их детей (приложение Г).



Рисунок 5 . Оценка уровня агрессивности детей по трем методикам

Большинство родителей, работающих на двух работах, или малообеспеченные, или отсутствует один из супругов, или относящиеся к рабочему классу (но всё-таки некоторые остались равнодушными к данной проблеме), стали задумываться над возникшей проблемой, что позволило им включиться в процесс нахождения путей решения по контролю и регулированию влияния современных СМИ на социальное развитие их ребёнка.

Родители, работающие в сфере образования и медицины, или имеющие высокий социальный статус, стали активно предлагать и находить пути решения по контролю и регулированию влияния современных СМИ на социальное развитие их ребёнка. Подведя итоги нашего эксперимента, мы считаем, что целесообразным будет составить рекомендации для родителей и воспитателей по осуществлению контроля и регуляции ими влияния СМИ на социальное развитие ребёнка.

**Заключение**

После проведения исследования наше предположение о том, что в современных условиях, создаваемых обществом, проявление уровня агрессивности ребёнка во многом зависит от воспринимаемой им массовой информации, получила своё экспериментальное подтверждение.

Какой бы негативный эффект ни производило на детей телевидение, этот эффект можно уменьшить и перенаправить в нужную сторону, если поговорить на эту тему в семье. Такие диалоги развивают навыки зрительского восприятия. Хотя очевидна невозможность того, чтобы родители всегда находились рядом со своими детьми, когда они смотрят телевизор, но даже если родители сделают над собой усилие и хотя бы немного посидят вместе с детьми у экрана, это даст положительные результаты. Когда семья смотрит телевизор вместе, разговор может идти об обмане в рекламных клипах, о стереотипном изображении отдельных групп, об аморальных ценностях, о переизбытке сцен секса и насилия. Родители могут спросить у ребенка, нравится ли ему передача или нет и почему, – таким образом, они лучше поймут, какие представления складываются у их детей. Будет полезно, если родители сами отреагируют на ту или иную телепередачу и таким образом сбалансируют искаженную реальность телевидения. Например, родители могут высказать свои опасения, увидев сцену насилия, и поделиться с ребенком воспоминаниями о своем детстве, когда они сами чувствовали страх, наблюдая по телевизору что-то подобное.

Семейные обсуждения могут помочь детям освоиться с информацией, которая их тревожит. Дискуссии во время просмотра новостей помогают детям узнавать о событиях в мире. Хотя для ребенка и родителей может быть трудно рассуждать о сексе или наркотиках, их дискуссию значительно облегчит программа телевидения на эту же тему. Даже если программа не слишком хорошо сделана и не соответствует ценностям, принятым в семье, она может служить относительно безопасным поводом для начала такой дискуссии. Такой подход может помочь членам семьи узнать реакцию друг друга на те, или иные темы и ситуации, а завязавшаяся дискуссия – стать стимулом для когнитивного, эмоционального и личностного роста.

Все эти примеры я привел вовсе не для того, чтобы сказать, что телевидение всегда оказывает такое позитивное воздействие, – оно может его оказывать. Чем тщательнее отбираются программы, и чем настойчивее отец или мать ребенка стремится обсудить с ним содержание просмотренной передачи, тем лучше будет результат. Такие переменные, как социальные и культурные факторы и структура семьи, порой также играют роль в определении воздействия общения в семье на влияние телевидения на детей.

Проанализировав результаты исследования, которое отражает только в некоторой степени реальную картину воздействия средств массовой информации на проявление агрессивности, провоцируя тем самым, реальное её проявление через поступки, поведение и образ мыслей, мы можем дать соответствующие рекомендации для родителей:

В отсутствии цензуры каждый человек, а в особенности родители, должен руководствоваться адекватными нормамив отношении воспитания ребёнка и формирования его как личности.

Согласно социальным нормам любые социальные явления, воздействующие на личность как элемент общества, должны отвечать прежде всего идеалам справедливости, долгу, чести, и пр.

К сожалению, ни на государственном, ни на семейном уровне не регламентировано, что смотреть ребёнку по телевизору. В связи с этим вступают в силу нормы моральные (одна из наиболее простых форм нравственного требования; выступает в двусмысленном виде – как элемент моральных отношений и как форма морального сознания), которые составляют основу педагогической культуры родителя, систему его воспитательных ценностей.

Продолжительность пребывания ребёнка у телевизора должна находиться в чёткой взаимосвязи с его эмоциональным складом, интеллектуальными возможностями, физическими данными и т.п. Большинство учёных (медики, педагоги, психологи) определяют верхний порог утомляемости дошкольника как 2 часа. В случае перегрузки психическое и даже физическое здоровье ребёнка находится под прямой угрозой к негативному (а порой и необратимому) развитию. Поэтому нужно ограничивать просмотр телепередач под разными предлогами.

В качестве профилактики просмотра телепередач можно проводить беседы с воспитателями и детскими психологами (о пользе и вреде тех или иных передач, подражания тем или иным героям и). Также нужно показывать личные и общественные примеры (показом позитивных и негативных моментов, а также доброго и злого).

Играть в различные игры (желательно дидактические, т.е. одновременно развивающего и воспитывающего характера). Просматривать различные образовательные программы.

Постепенно ребёнок должен овладевать необходимыми знаниями, связанными с телевидением на уровне привычек (причем, привычек хороших, сообразных адекватному восприятию действительности и виртуального мира, познаваемого через экран телевизора или монитора компьютера, что иногда равнозначно). Поэтому необходимо повышать свой культурный уровень, целесообразно самим тщательным образом просматривать телепрограммы и выбирать из них те, которые доступны детям как в плане интеллектуальном, так и эмоциональном, но с тем расчётом, что после просмотра каждой конкретной телепередачи сознание и психика ребёнка подвергается некоторой трансформации. Вопрос лишь в том, в какую сторону будет направлена эта информация. Например, в случае переизбытка программ, связанных со сценами насилия, жестокости и агрессивности, эта трансформация будет носить явно негативный характер. Необходимо постоянно помнить, что в неокрепшей личности ребёнка некоторые процессы необратимы.

Нужно добиться взаимопонимания с ребенком (какие передачи смотреть, когда их смотреть и сколько), ребёнку очень важно видеть процесс воспитания через поведение самих взрослых и в первую очередь его родителей.

В любом случае ребёнок сравнивает свои наблюдения, мнения, идеи с поведением взрослых это называетсяподражание**м**. Таким образом, через подражание развивается и самостоятельные элементы в личности и психике ребёнка, что ведёт, в конечном счёте, к его собственной деятельности, к положительным эмоциям и образам, а в итоге - и смыслу жизни.

Родителям необходимо постоянно знакомиться не только с литературными изданиями бытового уровня по проблеме агрессивного воздействия СМИ на самосознание ребёнка, но и следить за различными новинками научной литературы. Для этого нужно чаще общаться с воспитателем, достаточно эрудированным в данной области (консультации, родительские собрания и пр.), а также через постоянное посещение специальных занятий и консультаций, проводимых в детском саду.

Исследования современных психологов и социологов по данной проблеме не должны оставаться без внимания не только родителей, но и средствами массовой информации.

Современные исследования показывают, что ни журналисты, ни ученые не верили в то, что масс-медиа оказывают полезную услугу науке, рассказывая об исследованиях широкой общественности.

В заключении мы приходим к выводу, что очень важно не только проводить регулярные исследования влияния СМИ на общество, но и доносить результаты этих научных изысканий до людей.

**Глоссарий**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Новое понятие | Содержание |
| 1 | А. Бандура | канадский психолог (украинец по происхождению), известный своими работами по теории социального обучения (или социального когнитивизма), а также экспериментом с куклой Бобо. Суть этого эксперимента заключалась в том, что дети копировали увиденные ими на экране телевозора агрессивные действия, следуя не командам, а лишь копируя эти действия. |
| 2 | Агрессия | поведение, ориентированное на нанесение вреда объектам, в качестве которых могут выступать живые существа или неодушевленные предметы. Агрессивное поведение служит формой отреагирования физического и психического дискомфорта, стрессов, фрустраций. Кроме того, оно может выступать в качестве средства достижения какой-либо значимой цели, в том числе повышения собственного статуса за счет самоутверждения. |
| 3 | Альфа - ритмы | Считается, что усиление альфа-ритмов (в диапазоне 8-12Гц) (возникающее в трансовых и медитативных состояниях) ведёт к состоянию релаксации, что, в свою очередь, улучшает восприимчивость, а также приводит к ощущению безмятежности и возникновению особого т. н. "расширенного состояния сознания". |
| 4 | Анорексия | снижение или потеря аппетита. Этот симптом очень распространён: он встречается не только при психических заболеваниях, но и при многих соматических заболеваниях. |
| 5 | Беседа | метод психолого-педагогического исследования. Организуется с целью выяснения индивидуальных особенностей личности (мотивационной и эмоциональной сфер), знаний, убеждений, интересов, предпочтений, установок, отношения к среде, коллективу и др. |
| 6 | Бренд | термин в маркетинге, символизирующий комплекс информации о компании, продукте или услуге. Существует два подхода к определению бренда:   1. миссия и также индивидуальные атрибуты: название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, дизайны, цветовые схемы и символы), позволяющие выделить компанию или продукт по сравнению с конкурентами; 2. образ, имидж, репутация компании, продукта или услуги в глазах клиентов, партнеров, общественности. |
| 7 | Гиперактивность | состояние, при котором активность и возбудимость человека превышает норму. В случае, если подобное поведение является проблемой для других, гиперактивность трактуется как психическое расстройство. Гиперактивность чаще встречается у детей и подростков, чем у взрослых людей, так как вызывается эмоциями. |
| 8 | Интернет | глобальная телекоммуникационная сеть информационных и вычислительных ресурсов |
| 9 | Катарсис | В современной психологии (в частности, в психоанализе, телесно-ориентированной терапии) катарсис понимают как индивидуальный или групповой процесс высвобождения психической энергии, эмоциональной разрядки, способствующей уменьшению или снятию тревоги, конфликта, фрустрации посредством их вербализации или телесной экспрессии, ведущих к лечебному эффекту и лучшему пониманию себя |
| 10 | Контент - анализ | стандартная методика исследования в области общественных наук, предметом анализа которой является содержание текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции. В отечественной исследовательской традиции контент-анализ определяется как количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей. Контент-анализ применяется при изучении источников, инвариантных по структуре или существу содержания, но внешне бытующих, как не систематизированный, беспорядочно организованный текстовой материал |
| 11 | Лонгитюдное исследование | называется исследование, в котором изучается одна и та же группа объектов (в психологии - людей) в течение времени, за которое эти объекты успевают существенным образом поменять какие-либо свои значимые признаки. |
| 12 | Проективный метод | Проективный метод — один из методов исследования личности. Основан на выявлении проекций в данных эксперимента с последующей интерпретацией. Понятие проекции для обозначения метода исследования ввел Л. Франк. Проективный метод характеризуется созданием экспериментальной ситуации, допускающей множественность возможных интерпретаций при восприятии ее испытуемыми. За каждой такой интерпретацией вырисовывается уникальная система личностных смыслов и особенностей когнитивного стиля субъекта.Проективные методики обладают значительными возможностями в исследовании индивидуальности личности. |
| 13 | Цветотерапия | В середине 50-х. гг., швейцарский ученый [Макс Люшер] составил оригинальный цветовой текст. После многих экспериментов из 4500 тонов и оттенков были выбраны цвета, наиболее ярко влияющие на физиологию и психологию человека. Исследования проведенные Люшером показали, что цвет может изменить функции некоторых систем человеческого организма. Например, оранжево-красный меняет частоту пульса, дыхания, давления крови и в общем оказывает возбуждающее действие. Темно-синий цвет, напротив, приносит успокоение. По мнению психологов язык цветов универсален, он действует независимо от религии и национальности. |
| 14 | Эмпатия | способность поставить себя на место другого человека или животного, способность к сопереживанию. Эмпатия также включает способность точно определить эмоциональное состояние другого человека на основе мимических реакций, поступков, жестов и т. д. Так же, под эмпатией подразумевается способность очень точно чувствовать и ощущать эмоциональное состояние человека, не видя его |
| 15 | Этика | философское исследование сущности, целей и причин морали и нравственности. |

**Список использованных источников**

1. Абраменкова В. Дети и телевизионный экран / В. Абраменкова, А. Богатырев// Воспитание школьников. - 2006.
2. Авдеева, Н. Н. Влияние телевизионной рекламы на детей и подростков / Человек. - 2003.
3. Аверин В.А. Психология детей и подростков. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1998.
4. Бабурова, И. Воспитательный потенциал СМИ : взгляд педагога // Народное образование. - 2008.
5. Бандура А. Подростковая агрессия. Изучение влияния и семейных отношений. – М.: 1999.
6. Берковиц Л. Агрессия. Причины, последствия, контроль. — М.: Владос, 2001.
7. Бондаренко Е.А. Экскурсия в мир экрана. Учебное пособие для старшего школьного возраста. - М.: SVR-Аргус, 1994.
8. Брайант, Дженнингз , Томпсон, Сузан. Основы воздействия СМИ. : Пер. с англ. — М. : Издательский дом "Вильяме" , 2004.
9. Буданцев Ю.П. Социология массовой коммуникации.- М., 1995.
10. Бэрон Р. Ричардсон Д. Агрессия. — СПб.: Питер, 1997.
11. Воспитательные функции средств массовой коммуникации: Сб.научн.тр./Отв.ред. В.С. Хелемендик,– М.:изд. АПНСССР, 1990.
12. Детская практическая психология: Учебник / Под ред. Проф.Т.Д. Марцинковской. – М.: Гардарики, 2004.
13. Дроздов О. Ю. Агрессивное телевидение: социально – психологический анализ феномена // СоцИс. - 2001.-№8.
14. Интернет в гуманитарном образовании/ Под. ред. Е.С.Полат. – М.: Владос, 2001.
15. Киященко Н.И. Современные концепции эстетического воспитания. – М.: ИФРАН, 1998.
16. Колосова С.Л. Детская агрессия. – СПб.: Питер, 2004.
17. Короткова Т. Негативное воздействие СМИ и методы защиты от него / Т. Короткова// ОБЖ. Основы безопасности жизни. - 2006.
18. Кутлалиев А., Попов А. Эффективность рекламы. – М.: Издательство Эксмо, 2005.
19. Левитов Н.Д. Психические состояния агрессии // Вопросы психологии - 1967.-№6.
20. Лешли Дж. Как работать с маленькими детьми. – М.:Педагогика., 1991.
21. Лоренц К. Агрессия (так называемое "зло"). — М.: Арко, 1994.
22. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 1997.
23. Медиаобразование/Под ред. Л.С. Зазнобиной.- М.: МИПКРО, 1996.
24. Мельник Г.С. Mass-media: психологические процессы и эффекты. - СПб, 1996.
25. Методологические проблемы и практика изучения Интернета / Под ред. А.В. Шарикова. - М.: ВГТРК, 1999.
26. Можгинский Ю.Б. Агрессия: эмоциональный и кризисный механизм. – СПб.: Питер, 1999.
27. Мудрик А.В. Социальная педагогика:Учеб.для студ.пед.вузов / Под ред.В.А. Сластенина. – М.: Издательский центр "Академия", 1999.
28. Музрукова Т.Г., Нечаева И.В. Краткий словарь иностранных слов.-М.: Рус.яз., 1995.
29. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. - М.: УРСС, 1999.
30. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. – М.: Аванти плюс, 2004.
31. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2005.
32. Новикова А.А. Медиаобразование в России и Европе в контексте глобализации. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004.
33. Паренс Г. Агрессия наших детей. — М.: Юнити, 1997.
34. Паренти М. Media. – М.:Юнити, 1992.
35. Проблемы медиапсихологии/Сост. Е.Е.Пронина. – М., 2002.
36. Психология человеческой агрессивности./ Под ред.К.В. Сельченок. — М., 1999.
37. Пунанс, Т. Цветной наркотик. Современное телевидение – несомненный наркотик не менее сильный, чем алкоголь или табак / Т. Пунанс// Управление школой. - 2003.
38. Румянцева Т.Г. Агрессия и контроль.// Вопросы психологии. —1992.-№5.
39. Сила телевидения. Обзор семинара // ПОЛИС.- 1994.-№6.
40. Урунтаева Г. А. Дошкольная психология. — М.: Академия, 2001.
41. Усов Ю.Н. Рекомендации по использованию киноискусства в учебно-воспитательном процессе. – SvR – Аргус, 1995.
42. Федоров, А. В. Насилие на экране / А. В. Федоров // Человек. - 2004.
43. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – М.: Аспект Пресс, 2002.
44. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер. 2004.
45. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М.: Республика, 1990.
46. Фурманов И.А. Детская агрессивность: психодиагностика и коррекция. – Минск.:Литера., 1996.
47. Цехместренко Т. А. У теленяньки дитя без друга // Психология. -2006.-№2.
48. Шариков А.В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. - М.: Изд-во Академии педагогических наук СССР, 1990.
49. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Социология массовой коммуникации. – М.: Социальные отношения, 2003.
50. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. – М.: Мысль, 1973.
51. Школа насилия. От киноужастиков - до реального ужаса ОБЖ. - 2004.

**Приложение А**

**Анкета для родителей, разработанная Лаврентьевой Г.П. и Титаренко**

Положительный ответ на каждое утверждение оценивается в 1 балл

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Признаки | Баллы |
| 1. | Временами кажется, что в него вселился злой дух |  |
| 2. | Он не может промолчать, когда чем-то не доволен |  |
| 3. | Когда кто-то причиняет ему зло, он обязательно старается отплатить тем же |  |
| 4. | Иногда ему без всякой причины хочется выругаться |  |
| 5. | Бывает. Что он с удовольствием ломает игрушки, что-то разбивает, потрошит |  |
| 6. | Иногда он так настаивает на чем-то, что окружающие теряют терпение |  |
| 7. | Он не прочь подразнить животных |  |
| 8. | Переспорить его трудно |  |
| 9. | Очень сердиться, когда ему кажется, что кто-то над ним подшучивает |  |
| 10. | Иногда у него вспыхивает желание сделать что-то плохое, шокирующее всех |  |
| 11. | В ответ на обычные распоряжения стремится сделать все наоборот |  |
| 12. | Часто не по возрасту ворчлив |  |
| 13. | Воспринимает себя как самостоятельного и решительного |  |
| 14. | Любит быть первым, командовать, подчинять себе других |  |
| 15. | Неудачи вызывают у него сильное раздражение, желание найти виноватых |  |
| 16. | Легко ссориться, вступает в драку |  |
| 17. | Старается общаться с младшими и физически более слабыми |  |
| 18. | У него не редки приступы мрачной раздражительности |  |
| 19. | Не считается со сверстниками, не уступает, не делиться |  |
| 20. | Уверен, что любое задание выполнит лучше всех |  |

**Приложение Б**

**Беседа с детьми на тему: "Я и телевизор" (В.Д. Пурина)**

1. Какой мультфильм ты выберешь*:*

а) "Вини Пух в гостях у кролика";

б) "Человек – Паук";

в) "Симпсоны";

г) другой.

2)Какую передачу для взрослых ты выберешь*:*

а) "Вокруг света";

б) "5 вечеров";

в) "Криминальная Россия";

г) другую.

3)В каком фильме ты бы хотел принять участие*:*

а) "Приключения Электроника";

б) "Улицы разбитых фонарей";

в) "Двойной удар";

г) другой.

4)Про что ты бы хотел придумать передачу сам:

а) про дружбу;

б) про драки;

в) боевик;

г) другое.

**Приложение В**

**Наблюдение, проводимое воспитателем (методика разработанная Лаврентьевой Г.П.)**

1. Часто выглядит рассерженным (впадает в бешенство).
2. Держится в стороне от взрослых.
3. Постоянно ведет себя настороженно.
4. Очень часто нуждается в помощи педагога.
5. Рассказывает придуманные истории с актами насилия.
6. На приветствие отвечает злостью или подозрительностью.
7. Портит общественную и личную собственность.
8. Неадекватно относится к сделанным замечаниям.
9. Не однократно был замечен в мелком воровстве.
10. Смотрит исподлобья.
11. Непослушен и не дисциплинирован.
12. Кричит, угрожает, ругается.
13. Постоянно ведет себя непристойно.
14. Бахвалится, особенно когда ему делают замечание.
15. Подражает проделкам других имеющих хулиганский характер.
16. Прячет или ломает вещи, принадлежащие другим детям.
17. Пристает к более слабым.

18. Агрессивно дерется.

**Приложение Г**

**Учебный эксперимент: "Телевидение. Опасности. Дети"**

Содержание учебного эксперимента:

|  |  |
| --- | --- |
| Этап № 1. Представление (определение) темы  Напишите свои ассоциации, мнения:  Телевидение\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Дети и телевидение (я и телевидение) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Опасности, которые несет телевидение\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Сформулируйте тему проекта  Тема учебного проекта: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Задайте как можно больше вопросов  Этап № 2. Формулировка проблемы  Проблема: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Этап № 3. Формулировка подтем и проблем.  Перечислите опасности, которые несет телевидение:  Распределитесь на группы, выберите подтему и сформулируйте проблему исследования. Запишите  Тема: Телевидение. Опасности. Дети (дети записывают сами) | Методические комментарии:  Родители по заданию модератор пишут ассоциации, проводят социализацию, формулируют варианты тем проекта, сначала самостоятельно, затем в группах.  Все варианты рассматриваются, делается выбор темы.  Из вопросов пункта 3 формулируется общая проблема.  Какие опасности несет телевидение?  Родителя называют опасности, но выбирают для исследования 4 направления (насилие, реклама, современные мультфильмы, клипы) |

Этап № 4. Планирование родителями своей деятельности по осуществлению контроля и регуляции влияния СМИ на детей.

|  |  |
| --- | --- |
| Тема\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Проблема\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Подтема\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Проблема\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Что я лично могу сделать для решения проблемы?  Задайте еще вопросы по своей подтеме | Личное осознание и запись родителями темы, проблемы, подтем  Вопросы личного характера |

Этап 5. Совместное подведение итогов.

(организация дискуссии)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Опасности | Основная опасность | Что делать?  (ваши предложения) |
| Сцены насилия | Видеть положительного героя, превосходящего в силе всех, и ставит в воображении на его место себя | Соревноваться с кем-то в спорте, игре и т.д. |
| Реклама | Мелькающие яркие картинки, приятная музыка, видимость счастья, богатства и благополучия  Зомбирование к знаку фирмы ("Дирол", "Моющее средство", "Пиво" и др.)  Трудно выбирать | Смотреть КВН, где шутки о рекламе  Говорить вслух о раздражении рекламой  Осуждать |
| Современные мультфильмы | Герои-монстры и мутанты с отсутствием мимики. Эти герои обедняют эмоциональный мир ребенка | Нет души в творениях: черные, красные силуэты, дерущиеся герои.  Выход: смотреть хорошие мультфильмы |
| Музыкальные клипы | Мир показан лучше, чем он есть, угроза посещения таких концертов детьми, дискотек. Карману родителей наносит урон, низкий музыкальный вкус детей | Развивать музыкальный вкус |