Содержание

Введение

Глава I. Средства массовой информации и воспитательное воздействие телевидения как лидирующего СМИ

§ 1. СМИ как часть медиакультуры. Основные модели медиавоздействия

§ 2. Роль телевидения в воспитании подростков

Глава II. Интернет и пресса как субъекты медиавоздействия на молодёжь

§ 1. Особенности влияния Интернет-СМИ на подрастающее поколение

§ 2. Влияние прессы на молодое поколение

Заключение

Список использованной литературы

# Введение

Современная Россия находится в периоде кардинальной трансформации социального, культурного, информационного устройства общественных отношений. Под влиянием глобализации, системной открытости возникают новые ценности и приоритеты, меняются стандарты поведения, исторически используемые обществом в повседневной деятельности. Наиболее динамичной средой и мобильной частью социума, которая быстро реагирует на все происходящие изменения, является молодежь, и, конкретно, учащаяся.

Важнейшими условиями, основаниями и одновременно механизмами реального роста, развития подростков, юношества и вписывания их в мир взрослых являются процессы индивидуализации, социализации и идентификации растущего человека в онтогенезе, развития его самости как важнейшей образующей базовых оснований становления и развития человека. Социальный и духовный мир молодого поколения формируется как продукт противоборства конкурирующих социальных институтов, важнейшими из которых являются семья (система и среда воспитания), школа (образовательная система и среда), государство (политическая система и среда), средства массовой информации (медиасистема и среда).

Институциональная конкуренция ведет в лучшем случае к нивелированию важнейшего смысла взаимодействия молодежи со взрослым миром; в кризисном варианте эти отношения обусловливают разрыв с обществом в целом как феноменом, объективно обеспечивающим воспроизводство социального. В силу сущностных характеристик и объективно-субъективных обстоятельств фактором, коренным образом влияющим на обострение проблемы, являются средства массовой информации. Доминируя в социокоммуникативной среде, массмедиа фактически подменяют иные социально-политические институты по формированию культуры и духовного сознания молодых людей, их ценностно-мотивационной сферы, поведенческих установок. Именно поэтому становится значимым изучение реальных возможностей, потребностей, способностей современной молодежи не только как субъекта этапа взросления, но и как реального носителя социального. В этой связи объективное воздействие на развитие ее отношений в обществе приобретает особый смысл: молодежь должна участвовать в них не только объект воспитания, но и как ответственный субъект социального творчества, смысловые интересы которого надо учитывать в социальном воспроизводстве.

Данная тема особенно актуальна сегодня, когда речь заходит об отсутствии контроля над рынком средств массовой информации, неконтролируемой подаче информации различной аудитории, что в конечном счете пагубно сказывается на формировании морально-нравственных ценностей подрастающего поколения.

Медиакультура **-** детище современной культурологической теории, введенной для обозначения особого типа культуры информационного общества, являющейся посредником между обществом и государством, социумом и властью. Роль медиакультуры в обществе растет невиданными ранее темпами, являясь комплексным средством освоения человеком окружающего мира в его социальных, интеллектуальных, нравственных, художественных, психологических аспектах

Вопросами влияния медиакультуры на сознание людей занимались зарубежные исследователи Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз, М. Маклюэн, Г. Маркузе, Х. Ортега-и-Гассет, Ч. Пирс, Д. Соссюр, Э. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леви-Стросс, Д. Рашкофф и др. В России эту проблему исследовали представители семиотики, языкознания, психологии - М. Бахтин, Ю. Тынянов, Л. Выготский, Ю. Лотман, В. Библер, В. Михалкович, М. Ямпольский, А. Якимович.

телевидение интернет пресса медиавоздействие

В последнее десятилетие в условиях постсоветской демократической России появилось немало интересных работ А. Андреева, О. Астафьевой, Е. Баразговой, А. Грабельникова, Е. Дьяковой, Л. Закса, Я. Засурского, М. Жабского, С. Кара-Мурзы, Н. Кирилловой, М. Ковалевой, А. Короченского которые исследуют непростые пути информатизации общества, взаимоотношения медиа и власти, влияние медиакультуры на личность.

Массовая коммуникация играет огромную роль в жизни людей, она буквально вплетена в ткань современного общества, в его экономику, политику и культуру, она охватывает международные, межгрупповые и межличностные отношения.

Массовая коммуникация - это исторически сложившийся и развивающийся во времени технически опосредованный процесс создания, хранения, распределения, распространения, восприятия информации и обмена его между социальным субъектом и объектом.

Средства массовой информации - это учреждения, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицам.

Книга известного американского специалиста в области средств массовой информации Дуглас Рашкофф под названием "Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание" рассказывает о возникновении в конце двадцатого века новой реалии - "инфосферы", включающей в себя многочисленные средства передачи и модификации информации. Дуглас Рашкофф не только описывает это явление, но и поднимает ряд острых вопросов: Насколько человечество, создавшее инфосферу, контролирует протекающие в ней процессы? Не грозит ли неуправляемое увеличение объемов информации, вырабатываемой человечеством, возникновением опасных медиавирусов, искажающих восприятие реальности?

Сегодня доступ к СМИ - это необходимое условие формирования всесторонне развитой личности. Они влияют на различные этапы и стороны информационного процесса в обществе, но поток информации в современном мире настолько разнообразен и противоречив, что самостоятельно разобраться в нем не под силу отдельному человеку.

Влияние средств массовой информации на общество начало интересовать ученых с 20-х годов прошлого века. Первыми теориями, которые задавали вопросы о том, как повлиять и убедить тысячи или миллионы людей принять серьезные решения, оказались теории пропаганды. Наиболее яркие и последовательные результаты излагались в трудах Гарольда Лассуэла и Уолтера Липпмана. Несмотря на то, что позже теории влияния перешли на другой уровень развития, где отрицалось многое из теорий пропаганды, некоторые утверждения, экспериментальные данные и выводы до сих пор остались актуальными для общества.

Уолтер Липпман в своем труде “Общественное мнение” писал о том, что есть внешний мир и картины, которые люди рисуют в головах относительно этого мира. Каждый человек не может обладать всей информацией во вселенной, поэтому, обладая лишь ее частью, он формирует целую картину мира в соответствии с уже имеющейся информацией. Это значит, что нет объективного мира, воспринимаемого одинакового каждым членом общества. У. Липпман признавал несовершенство человеческого сознания, подверженного влиянию СМИ. Он считал, что общество в сложные времена, например, во время военных действий или чрезвычайного положения не является устойчивой структурой, им овладевает чувство страха, поэтому коммуникатор способен им манипулировать[[1]](#footnote-1).

Следующим этапом в развитии теорий влияния стали теории ограниченных эффектов. Пол Лазарсфельд, основываясь на множестве экспериментов, сделал важные выводы о том, что СМИ действуют на общественность опосредованно, через так называемых “лидеров мнения”. В каждом сообществе есть люди, которые более компетентны в конкретных вопросах, чем основная масса, поэтому их мнение является авторитетным для него.

В дальнейшем учёные приходили к выводам, что невозможно сформировать общественное мнение, а скорее лишь укрепить уже имеющиеся установки. Карл Ховланд, проведя множество исследований, пришел к заключению, что влияние СМИ на широкие массы незначительно. Необходимо воздействовать на более узкие сегменты общества, чтобы добиться нужных результатов.

На современном этапе развития теорий влияния СМИ на общественность существует множество теорий, которые успешно подтверждаются огромным количеством исследований. Но среди специалистов нет единого мнения относительно того, каково влияние СМИ и каковы перспективы развития данного влияния в нашем обществе. Отсутствие единых стандартов относительно силы воздействия СМИ приводит к выводу о том, что воздействие может варьироваться от очень незначительного до довольно сильного в зависимости от конкретных обстоятельств и сложившейся ситуации в обществе. Известно, что в период катаклизмов даже в обществе с преобладающим индивидуализмом интересы отдельных личностей отходят на второй план, общество интегрируется, становится легко управляемым. Гораздо сложнее повлиять на принятие решений в обществе со стабильной политической и экономической ситуацией.

Последние десятилетия ознаменовались стремительным развитием новых коммуникационных технологий. Электронная почта, Интернет, цифровое телевидение прочно вошли в нашу жизнь, зачастую отодвигая на второй план традиционные средства массовой информации. Коммуникация перестает быть односторонней, в ней появляются элементы интерактивности. Вопрос о влиянии средств массовой информации предстает в новом свете. Объем информации, доступный каждому члену общества, возрастает во много раз, процесс распространения новостей стремителен и многообразен.

Книга "Основы воздействия СМИ" авторов Дженнингз Брайант, Сузан Томпсон посвящена воздействию, которое оказывают средства массовой информации на зрителей и слушателей. Авторы дают краткий исторический обзор темы, анализируют феномен воздействия СМИ на массовую аудиторию и научные исследования данного явления. Кроме того, читателю предлагаются различные концепции, в частности, социально-когнитивная теория, эффект прайминга, гипотеза культивации, диффузия инноваций и т.д., объясняющие феномен медиавоздействия, с многочисленными примерами - воздействие новостей, сцен насилия, сексуально откровенных сцен, развлекательных передач. Свою главную цель авторы видят в повышении медиаграмотности потребителя СМИ, что позволит ему контролировать и свести до минимума негативное воздействие со стороны масс-медиа.

Несомненно, СМИ играют огромную роль в жизни людей - это и источник информации, и средство общения.

В условиях сложных социально-экономических процессов, происходящих в обществе в последние 15 - 20 лет, заметно уменьшились воспитательные функции семьи и школы. Общение с детьми уходит у родителей на второй план. Отсюда - возросшее влияние средств массовой информации на процесс социализации и формирования мировоззрения подрастающего поколения. СМИ, нередко заменяя родителей, дают результаты, которые не всегда легко удается предусмотреть или исправить. Но, к сожалению, в последнее время значительно возрастает их отрицательное воздействие на общество.

Психолог Миланского университета Э. Бароло отмечал, что "информация, поступающая в сознание в виде зримых образов, непосредственно и без критического анализа просачивается в самые потайные уголки нашей психики. Школа неизбежно сталкивается здесь с двойной трудностью: она и безоружна перед новыми методами влияния на интеллект, и неспособна компенсировать некритичное, навязчивое преподнесение информации[[2]](#footnote-2).

Академик Новиков А.М. выражает острую обеспокоенность опасностью, которой подвергается психика молодых поколений телезрителей. Он полагает воздействие СМИ на психику человека по силе равным взрыву атомной бомбы и ставит вопрос об ответственности за негативные последствия информатизации[[3]](#footnote-3). Анализ влияния телевидения на подростков представлен в работах Рогозянского М.Э., Мудрик А., Зазнобиной Л.С., Золотова Е.А., Сидорова А., Фёдоров А. В.

Проблемы влияния СМИ на молодое поколение также рассматривали в своих работах Разинов Ю.А., Маньяковская И.Б., Флиер А.Я., Кастельс М., Гридчин М.М., Петров В.П., Осипова А.Г., Панов С., Гинзбург Э., Ээльма Ю., Запёкина Н.М., Аникина М.Е., Северина О., Сандалова К.

Целью моей дипломной работы является определение степени влияния средств массой информации на формирование нравственных ценностей и мировоззрения подрастающего поколения в современном обществе. В связи с этим целесообразно поставить следующие задачи:

рассмотреть средства массовой информации как часть медиакультуры современного общества, выявить определённые модели медиавоздействия;

раскрыть вопрос о роли телевидения как средства массовой информации в воспитании подростков;

изучить проблемы влияния интернет - СМИ на молодое поколение;

раскрыть основные аспекты воздействия прессы на воспитательный потенциал современной молодёжи.

# Глава I. Средства массовой информации и воспитательное воздействие телевидения как лидирующего СМИ

# § 1. СМИ как часть медиакультуры. Основные модели медиавоздействия

Мы живем в интересную эпоху, которую современные исследователи называют по-разному. Для одних это период развития "постиндустриального общества", для других - "информационная эпоха", кто-то определяет ее как "постмодернистскую ситуацию", период "постмодернизационной революции" или "глобализации".

Ясно одно: мы живем в мире **медиа** - расширяющейся системы массовых коммуникаций, "информационного взрыва" (по определению канадского социолога Маршалла Маклюэна), основными характеристиками которого являются хаотичность, беспредельность и избыточность. В этой связи усложняются наши социальные связи и модели постсовременной идентичности, заставляя еще раз обратиться к "пониманию медиа" (understanding media), их роли в обществе и предыстории.

Медиа (от латинского "media", "medium" - средство, посредник) - это термин XX века, первоначально введенный для обозначения феномена "массовой культуры". Что касается понятия "медиакультура", то это детище современной культурологической теории, введенной для обозначения особого типа культуры информационного общества, являющейся посредником между обществом и государством, социумом и властью.

Медиакультуру можно определить как *совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности.* Медиакультура включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; она может выступать и системой уровней развития личности, способной читать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиатворчеством, усваивать новые знания посредством медиа.

Анализом специфики медиакультуры и ее воздействия на социум в XX веке активно занимались зарубежные исследователи Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямин, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз, М. Маклюэн, Г. Маркузе, Х. Ортега-и-Гассет, Ч. Пирс, Д. Соссюр, Э. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леви-Стросс, Д. Рашкофф. В России, где сам термин появился относительно недавно, на протяжении многих лет эту проблему исследовали представители семиотики, языкознания, психологии (М. Бахтин, Ю. Тынянов, Л. Выготский, Ю. Лотман, В. Библер, В. Михалкович, М. Ямпольский, А. Якимович).

В последнее десятилетие в условиях постсоветской демократической России появилось немало интересных работ (А. Андреева, О. Астафьевой, Е. Баразговой, А. Грабельникова, Е. Дьяковой, Л. Закса, Я. Засурского, М. Жабского, С. Кара-Мурзы, Н. Кирилловой, М. Ковалевой, А. Короченского), которые исследуют непростые пути информатизации общества, взаимоотношения медиа и власти, влияние медиакультуры на личность.

Процессы развития медиакультуры можно определить следующими границами: **от модерна к постмодерну**. Первая взяла курс на "массовую грамотность", построив тысячи библиотек и театров, издательств, кино - и телестудий, тиражирующих продукцию культуры. Составляющими постмодернистской (информационной) цивилизации стали: спутниковое ТВ, видео, ЭВМ, Интернет, электронная почта, сотовая связь, CD-Romы - все то, что смешивается, пополняется, комбинируется, расширяя социальную память индивида, общества, всей планеты. Идет процесс формирования "глобального", "планетарного" мышления, свидетельницей и участницей которого является медиакультура**[[4]](#footnote-4)**.

Уровень развития современных средств массовой коммуникации и специфика их всестороннего воздействия на личность доказывают, что медиа - один из факторов практической реализации теории "диалога культур", разработка которой была начата М. Бахтиным и продолжена Ю. Лотманом, В. Библером и другими исследователями. Как известно, М. Бахтин пришел к теории "диалога культур" через анализ проблемы "другого"**[[5]](#footnote-5)**.   Для Ю. Лотмана, одного из родоначальников отечественной семиотики, процесс познания реальности, как и процесс познания "другого", подразумевал возведение медиатекста до уровня "абстрактного языка"**[[6]](#footnote-6)**.   Что касается В. Библера, то именно ему принадлежит ныне широко известный тезис о том, что на рубеже XX - XXI веков обозначилось отчетливое "смещение эпицентра всего человеческого бытия - к полюсу культуры"**[[7]](#footnote-7)**.   Следуя идеям М. Бахтина, В. Библер резонно утверждает, что "разум культуры актуализируется именно как разум общения (диалога) логик, общения (диалога) культур"**[[8]](#footnote-8)**.

Исследования социокультурной ситуации в постсоветской России показывают, что интенсивное развитие медиакультуры, в особенности аудиовизуальной (кабельное и спутниковое ТВ, видео, кино, компьютерные каналы), все более активно влияет на общественное сознание как мощное средство информации, культурных и образовательных контактов, как фактор развития творческих способностей личности. Последнее сегодня очевидно, так как компьютер, CD-Romы, DVD, Интернет предоставляют человеку возможность индивидуального общения с экраном в интерактивном режиме как с целью реализации своих творческих идей, используя преимущества "виртуального" мира, так и с целью познания "другого".

Эти процессы происходят в процессе коммуникации. Коммуникация осуществляется одним или же всеми следующими способами: действие, направленное на других, взаимодействие с другими людьми и реакция на действия других людей. Коммуникация может быть различной по форме. Она может быть межличностной, может осуществляться с использованием индивидуального средства (или канала) передачи информации или же определяться как массовая. Беседа двух людей - пример межличностной коммуникации. Общение с использованием телефонной связи или электронной почты относится к опосредованной коммуникации. Когда журналист ведет репортаж с места событий и его голос и изображение транслируются и принимаются большим количеством слушателей или зрителей, осуществляется массовая коммуникация.

Однако в условиях массового внедрения информационных и компьютерных технологий особое внимание уделяется методам воздействия СМК как на отдельного человека, так и на общество в целом.

Для описания различных видов и уровней медиавоздействия, от сугубо индивидуального до группового или даже глобального в масштабах всего общества, использовались различные модели.

Одной из наиболее эффективных моделей для описания непосредственного воздействия массовой коммуникации на индивидуальных потребителей можно считать психологическую модель Комстока. Сотрудник Сиракузцкого университета и его научный коллектив использовали данную модель для описания определенных ментальных процессов, имеющих место при просмотре телепередач. Модель показывает, что поведение персонажей телепередач может оказывать воздействие на поведение зрителя. Индивид обучается поведению, которое он видит на экране, и может перенимать его. Использование нового поведения обуславливается его значимостью для индивида, а также степенью волнения или мотивацией индивида, достигаемого в результате использования такого поведения. Важной переменной, определяющей интенсивность медиавоздействия, выступает воспринимаемая реальность изображенного поведения, то есть, чем реалистичнее медиаобраз, тем выраженнее психологическое воздействие на зрителя и тем сильнее потенциальное воздействие на его поведение.

Еще один хороший пример модели, демонстрирующей индивидуальное психологическое воздействие массовой коммуникации, - модель когнитивной обработки Торсона. Когда речь идет о когнитивном измерении, соответствующие модели иногда представляются излишне сложными; однако такая сложность необходима для точной репрезентации многочисленных факторов и этапов, включенных в процесс обработки медиаинформации. В фокусе внимания автора модели - действия, обеспечивающие обработку информации телевизионных рекламных роликов. Модель учитывает заинтересованность и внимание индивидуального зрителя по отношению к рекламному сообщению, особенности его памяти и даже языковые способности как факторы, определяющие потенциальное воздействие сообщений. Например, иностранному студенту, не вполне освоившему английский язык, будет труднее обрабатывать и запоминать информацию, содержащуюся в рекламных роликах, чем носителю языка**[[9]](#footnote-9)**.

В качестве примера медиавоздействия на социальном уровне существует модель медиазависимости, разработанная М.Л. Де Флером и С. Болл-Рокешем. Предмет данной модели - отношения между масс-медиа (информационной системой) и обществом (социальной системой). Модель предполагает, что в современном обществе зависимость индивидов от СМИ как источника новостей и информации непрерывно возрастает. Уровень зависимости индивидов от СМИ и интенсивность медиавоздействия тесно связаны со стабильностью или нестабильностью общества и степенью социальной важности, которая придается масс-медиа как источнику информации. Модель представляет взаимоотношения и взаимодействие между СМИ, обществом и аудиторией, а также медиавоздействие. Примером проявления медиазависимости выступает потребление новостей в периоды кризиса.

В связи с этим актуальными представляются проблемы медиаобразования: его опыт на Западе и в России. Российская педагогическая энциклопедия определяет медиаобразование (от английского "education" и латинского "media") как "направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации. Основная задача медиаобразования - подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств и современных информационных технологий".

В материалах ЮНЕСКО есть такое определение медиаобразования: "Под медиаобразованием следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической, автономной области знаний в педагогической теории и практике; его следует отличать от использования медиа как вспомогательных средств в преподавании других областей знаний, таких как, например, математика, физика или география"**[[10]](#footnote-10)**.

В контексте теории социальной модернизации интересна и точка зрения С. Фейлитцен, согласно которой **медиаобразование** означает критическое мышление, существенным элементом которого является создание учащимися или студентами собственной медиапродукции. Медиаобразование необходимо для активного участия как в демократическом процессе, так и в процессе глобализации и должно основываться на изучении всех видов медиа**[[11]](#footnote-11)**.

А вот еще одна точка зрения, энциклопедическая: "Медиаобразование - это изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Медиаобразование связано одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, так и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания, тогда как изучение медиа обычно связывается с практической работой по созданию медиатекстов. Как медиаобразование, так и изучение медиа направлены на достижение целей медиаграмотности"**[[12]](#footnote-12)**.

С медиаобразованием тесно связано такое понятие, как "медиаграмотность", которое западные медиапедагоги определяют по-разному.

"Медиаграмотность" помогает учащимся или студентам общаться с медиа под критическим углом зрения, с пониманием значимости медиа в обществе. Медиаграмотный учащийся, студент должен быть способен критически и осознанно оценивать медиатексты, поддерживать критическую дистанцию по отношению к "поп-культуре" и сопротивляться манипуляциям. В более специфической терминологии обучение медиа­грамотности должно предоставить учащимся, студентам возможность:

развивать способности, знания и отношения, необходимые для анализа способов, с помощью которых медиа активно конструирует реальность;

получать знания социального, культурного, политического и экономического значения этих конструкций и распространяемых ими ценностей;

развивать уровень оценки и эстетического восприятия медиатекстов;

декодировать медиатексты, чтобы распознать и оценить культурные ценности, практическую значимость, идеи, содержащиеся в них;

анализировать и применять разнообразие технического использования и создания медиатекстов;

осознавать, что те, кто создают медиатексты, делают это, исходя из множества мотивов  - экономических, политических, организационных, технических, социальных и культурных;

понимать, что каждый человек вовлечен в селективный и аналитический процесс исследования медиатекстов. Этот процесс и связанные с ним смыслы, значения зависят от психологических, социальных и природных факторов**[[13]](#footnote-13)**.

О психологическом воздействии СМИ начали говорить еще с момента появления в 1450 году первого печатного станка. Иногда исторические свидетельства использовались для того, чтобы вести хронику явно выраженных изменений общественного мнения или коллективного поведения вследствие массированного воздействия массовой информации на аудиторию. В других случаях это воздействие было не столь явным, но озабоченность противников СМИ по поводу медиавоздействия на других людей побуждала их к различным акциям протеста. Стремление защитить не себя, но неких абстрактных "других" людей от воздействия масс-медиа обычно объяснялось эффектом третьего лица. При этом индивид считает, что другие потребители массовой информации более восприимчивы к внушению и негативному воздействию сцен насилия и порнографии**[[14]](#footnote-14)**.

С развитием масс-медиа, мы должны обратить внимание на крайне отрицательную роль современного воздействия средств массовой коммуникации, пропаганды и информации на психику ребенка, подростка, молодежи. Доктор педагогических наук, профессор А.В. Федоров приводит такие данные негативного влияния средств массовой коммуникации на психику подрастающего поколения, отмечая в первую очередь рост насилия среди подростков. "Резкое изменение социокультурной ситуации на рубеже 90-х прошлого века, - пишет проф. А.В. Федоров, - обнаружило столько "белых пятен" в гуманитарных науках, что проблема прав ребенка по отношению к аудиовизуальной информации поначалу также выпала из поля зрения российских ученых, оставаясь в основном поводом для поверхностных газетных заметок. Лишь в последние годы стали появляться публикации результатов исследований немногих российских авторов… попытавшихся в той или иной степени исследовать феномен воздействия экранного насилия на подрастающее поколение.

Возросшее внимание к проблеме не назовешь случайным, так как в настоящее время в России один из самых высоких в мире уровней преступности. Подростковая преступность в России приобретает масштабы национального бедствия, и среди прочих важных социальных причин "многие юристы в качестве ее катализатора называют низкопробные боевики.

После отмены цензуры в средствах массовой информации, случившейся в России, как известно, на рубеже 90-х годов ХХ века, на кино/теле/видео/компьютерных экранах стали демонстрироваться (практически без соблюдения официально принятых возрастных ограничений) тысячи отечественных и зарубежных произведений, содержащих эпизоды насилия"**[[15]](#footnote-15)**.

А.В. Федоров отмечает, что насилие, демонстрируемое с экранов ТВ, связано с коммерциализацией телевидения и отмены государственной цензуры. Сценами насилия иной раз заменяют слабый сюжет той или иной картины, ну и кроме того, заметим, сцены насилия оказывают воздействие сразу на подсознание, потому как происходит воздействие на чувства, а не на разум (разум - сознание). Подобным образом (демонстрацией секса, насилия) манипуляторы от власти посредством средств массовой коммуникации фактически уничтожают генофонд нации. Происходит еще большая деградация общества через деградацию подрастающего поколения, у представителей которых нарушаются способности адекватно воспринимать реальность. Такой человек начинает жить в своем вымышленном мире. Причем телевидение и кино формируют в психике подростка определенные устойчивые механизмы, в соответствии с которыми на ту или иную жизненную ситуацию он уже будет реагировать в соответствии с теми установками, которые оказались у него сформированы посредством просмотра телепередач и кинофильмов. Причем мы на первый план выносим именно телевидение и кино, потому как в отличие от печатных или электронных СМИ, в данных видах воздействия на психику, наибольший манипулятивный эффект достигается еще и от сочетания музыки, картинки изображения, голоса диктора или героев фильма, и это все значительно усиливает смысловую нагрузку, которую заложили манипуляторы массовым сознанием от создателей кинофильма.

Весьма важные факты приводит доктор социологических наук К.А. Тарасов: "коммерческое кино сознательно и методично, с дьявольской изощренностью устраивает для зрителя ловушки на экране.

К.А. Тарасов приводит "пять типов последствий восприятия экранного насилия и четыре концепции, объясняющие их**[[16]](#footnote-16)**.

Первый тип - катарсис. В его основе лежит представление о том, что неудачи индивида в повседневной жизни вызывают у него состояние фрустрации и развивающееся отсюда агрессивное поведение. Если оно не реализуется через восприятие соответствующих героев популярной культуры, то может проявиться в антисоциальном поведении.

Второй тип последствий - формирование готовности к агрессивным действиям. Подобная связь получила свое отражение в "теории стимулирующего воздействия". Имеется в виду установка на агрессивное поведение, происходящая в результате, с одной стороны, возбуждения зрителя от сцен насилия, а с другой - представления о допустимости насилия в межличностных отношениях под влиянием сцен, в которых оно выступает как нечто вполне оправданное.

Третий тип и связанная с ним теория - научение посредством наблюдения. Имеется в виду, что в процессе идентификации с киногероем зритель вольно или невольно усваивает определенные образцы поведения. Информация, полученная с экрана, в дальнейшем может быть использована им в реальной жизненной ситуации. Вывод из этой теории весьма пессимистичен: обращение к популярной культуре, изобилующей агрессивными персонажами, повышает вероятность антисоциального поведения.

Четвертый тип последствий - закрепление существующих у зрителей установок и образцов поведения.

Пятый тип - это не столько насильственное поведение, сколько эмоции - страхи, беспокойство, отчужденность. В основе этой теории лежит идея, что масс-медиа, прежде всего ТВ, создают некую символическую среду, куда люди погружаются с детства. Среда формирует представления о реальной действительности, культивирует определенную картину мира. Она же имеет одну особенность. Как показал контент-анализ, символический мир ТВ "неприветлив", насилие присутствует в нем повсеместно. Ведущие позиции в этом мире занимают молодые мужчины, которые, успешно применив силу, подчиняют своей воле других, в первую очередь женщин, представителей различных меньшинств и пожилых. Зрителям в той или иной степени кажется, что реальный мир таков же, как на телеэкране. В той мере, в какой это происходит, зрители в повседневной жизни проявляют страх, беспокойство и отчужденность от других".

Наиболее сильную нагрузку испытывает детская психика, психика ребенка, подростка, молодежи. Связанно подобное с тем, что такая структура психики как цензура или своеобразный барьер критичности на пути информации, поступающей из внешнего мира, еще до конца не сформирована. А потому почти любая информация из внешнего мира, из социума, попадает в психику индивида, сдобренная к тому же "дипломатическим паспортом неприкосновенности", потому как информация, преподносимая средствами массовой коммуникации (различными ее компонентами, как-то: глянцевые журналы (особенно подростковые; хотя они фактически дублируют модели, заданные взрослыми журналами подобной направленности), телевидение (различные ток-шоу, или "Дом-2", например, являющаяся исключительно вражеской передачей, потому как закладывает негативные модели поведения в подсознание аудитории: подростков и молодежи). И можно говорить наверняка, что в последующем, при возникновении схожих ситуаций уже в жизни самого индивида, смотревшего подобные передачи, он будет бессознательно мыслить и совершать поступки в русле установок, заложенных раннее в его подсознание. И иного тут не дано. В том и результирующая роль подсознания в программировании индивида (как индивида любого возраста, так и масс), что он может даже не понимать всей информации, которую видит с экрана, и которая представляет собой набор смешных историй со скандальным оттенком (усиливавшим суггестивный эффект, потому как любая провокация эмоций разрушает барьер критичности психики), и внешне как будто явного негатива не просматривается. Такой негатив становится заметен или после, когда в жизни подросток начинает демонстрировать поведение, смоделированное раннее в результате просмотра ТВ, или же заметен в результате последующего анализа (психологического анализа в т. ч.), когда явно вычерчивается та негативная информация, которая закладывается в бессознательное индивида.

"Культ жестокости, насилия, порнографии, пропагандируемый в СМИ, печатных изданиях неограниченной продажи, а также в компьютерных играх и др., ведет к неосознаваемому порой желанию у подростков и молодежи подражать этому, способствует закреплению таких стереотипов поведения в их собственных привычках и образе жизни, снижает уровень пороговых ограничений и правовых запретов, что, наряду с другими условиями, открывает путь для многих из них к правонарушениям", - отмечает В.Н. Лопатин**[[17]](#footnote-17)**.

Влияние на психику подростка и молодежи становится опасной еще и потому, что психика подрастающего поколения, детская психика, оказывается весьма предрасположена к зависимости от архетипов того общего филогенетического наследства, которое находится в психике любого индивида. Как мы уже замечали, сейчас коллективное бессознательное подростка и молодежи частично заполнено теми положительными установками, которые были получены таким индивидом в советский период развития страны. Тогда в подсознание поступала идеологически выверенная информация, способствующая формированию индивида как личности, как социально активного представителя общества. Тогда как после Перестройки и последующего разрушения страны, в подсознание все того же индивида стала методично вдалбливаться информация, навязывавшего ему преимущества западного образа жизни. И, соответственно, уже как следствие - весь тот негативизм, который всегда был ассоциирован с Западом, и являлся следствием построения демократической модели общества, несущей любому индивиду больше бед, чем пользы.

Прослеживая негативную роль воздействия СМК и СМИ на подсознание ребенка, подростка и молодежи, следовало бы обратить внимание на такую важную деталь, как подача материалов СМИ в виде готовых схем, шаблонов. В результате чего мозг индивида любого возраста как бы отучается лишний раз думать. И такой индивид бессознательно ждет, что ему будет преподнесена готовая информация, без необходимости совершения над такой информацией какого-либо анализа. Такой анализ становится не нужен как раз потому, что о том, как надо реагировать, индивиду покажут сами представители СМИ.

В период после Первой мировой войны ученые и общественность считали, что СМИ оказывают сильное воздействие на убеждения, взгляды и действия членов аудитории. Такая концепция медиавоздействия получила название теории "шприца" или "пули". Эта модель оставалась наиболее влиятельной во время Великой Депрессии и после ее окончания, до тех пор, пока эмпирические исследования не доказали, что воздействие СМИ было не настолько сильным, как предполагалось. Исследования Пола Лазарсфельда и Карла Ховленда показали, что СМИ оказывают только ограниченное воздействие на отдельных членов аудитории. Модель ограниченного воздействия прочно утвердилась в 1960 году благодаря публикации Джозефа Клаппера "Воздействие массовой коммуникации". В последующие десятилетия результаты некоторых научных исследований и новые теории не вписывались в рамки модели ограниченного воздействия; поэтому "официальная" история была отредактирована: в нее включили новые исследования, указывающие на возможность существования умеренного и сильного медиавоздействия.

Общепринятая модель "всемогущество - ограниченное воздействие - умеренное воздействие - сильное воздействие" представляла собой простой и удобный сценарий научных исследований в сфере медиавоздействия.

Современные СМИ в силу своей распространенности стали практически идеальным средством влияния. Причём объектом этого влияния может оказаться как отдельный человек, так и группа людей, и даже общество. Цели этого влияния могут варьироваться в достаточно широком диапазоне: от побуждения до террора. Если учесть, что СМК представляют собой достаточно сложную систему, интенсивно развивающуюся и совершенствующую свои инструменты, то влияние этой системы тоже вполне может возрасти. Процесс совершенствования очень хаотичен и, на данный момент, практически не контролируется, что может привести к непредсказуемым последствиям.

# § 2. Роль телевидения в воспитании подростков

Когда-то появление газеты вызвало у Гете серьезное беспокойство за судьбы цивилизации. Ему казалось, что газетный листок не способен стать местом серьезных рассуждений, что он лишь примитивизирует понятия и идеи с целью быть понятным возможно большему количеству людей. С его точки зрения, пресса несла с собой угрозу гибели культуры. Но история опровергла опасения великого поэта. Сегодня без прессы невозможно представить себе не только информацию общества о происходящих событиях, но и прогресс культуры. Многие важные для развития культуры идеи не только популяризируются, но и впервые получают доступ к массам именно со страниц периодических изданий. Но если уж вести речь о лидирующем средстве массовой информации, то вряд ли можно оспорить роль телевидения.

Ни одно средство информации, не говоря уже об искусстве, не знало такого стремительного и бурного развития, какое получило телевидение. Телевидение было изобретено как техническое средство, позволяющее видеть на расстоянии, видеть за пределами естественных возможностей человеческого глаза. Способность телекамеры показывать событие в момент его свершения ни для кого не представляет секрета. Более того, именно эти качества телевизионной информации - ее визуальность, достоверность и предельная оперативность - вызвали широкое применение телевидения в промышленности, на транспорте, в военном деле, в освоении космоса.

Не меньшее значение имеет телевидение и в развитии культуры. Ряд исследователей предлагают различные подходы к типологии исторически развивающихся систем культуры. В том числе существует типология, основанная на различных средствах общения (устная, письменная, аудиовизуальная). Интересен сделанный ими вывод о том, что на протяжении человеческой истории соотношение органов чувств меняется в пользу слуха и тактильности. Под влиянием средств информации меняется сам тип нашего мышления. Пользуясь "электронной информацией", мы вынуждены думать не "линейно-последовательно" (как привыкли при чтении книги), а "мозаично", через интервалы, посредством так называемого резонанса. К сожалению, эта дурная привычка укореняется в нас при чтении не только научных публикаций, но и художественных произведений - книги читаются "по диагонали" с тем, чтобы выловить интересующую информацию. Визуальный характер телевизионного изложения воздействует прежде всего на эмоции человека, а не на его сознание. Экран оперирует чаще всего образами, а не понятиями. А если учесть, что в большинстве случаев телевизионные программы не поднимаются до уровня образного освоения действительности и зритель чаще всего встречается с примитивной визуальной информацией, то опасения исследователей телевидения, связанные с его негативным воздействием, понять нетрудно.

С помощью маленького телеэкрана люди получают доступ к таким произведениям культуры, которые удалены от них не только в пространстве, но и во времени. С помощью телекамеры мы попадаем и в музейный зал, и на лекцию видного ученого, и на концерт виртуоза-исполнителя, и в театральный зал, и даже на сцену и за кулисы.

С первых лет своей жизни ребенок попадает в информационное поле, создаваемое сетью массовых коммуникаций, которые включают все виды средств массовой информации, функционирующие в глобализированном культурном пространстве, в информационном поле, созданном при помощи новых технологий и объединяющем в себе социокультурные значения его разнородных компонентов. В связи с этим возникает проблема взаимовлияния информационной среды (в частности телевидения как ее важнейшего компонента) и структуры ценностных ориентаций подростков. Данное отношение среды и субъекта имеет противоречивый характер, что объясняется сложнокомпонентной структурой его составляющих.

О том, кого и как воспитывает телевидение и воспитывает ли вообще, спорят давно и страстно, категорично отстаивая прямо противоположенные позиции, а именно: одни говорят - телевидение воспитывает, активно навязывая те или иные стереотипы поведения посредством образов, действующих на подсознание, и в меньшей степени - слова, обращенного к сознанию; другие настаивают на том, что телевидение не должно никого воспитывать, поскольку это лишь средство информирования людей о свершившихся фактах.

Несколько лет тому назад ректор Бостонского университета в горестном отчаянии заявил: "Если увлечение наших соотечественников телевидением будет продолжаться, то, учитывая идиотский характер программ, можно утверждать, что мы воспитаем поколение слабоумных". Телевидение далеко ушло от своего прототипа - кинофильма и приобрело специфические характеристики: в отличие от фильма телепередачи не имеют целостности и законченности, рассказчик легко узнаваем, имеет постоянную аудиторию, которая вместе с тем имеет возможность выбора.

В учебнике "Телевизионная журналистика", выпущенном в 2002 г. в издательстве МГУ под редакцией столпов отечественной тележурналистики - практиков и теоретиков телевидения Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского, - детально рассматриваются специфика телевидения, его место в системе СМИ, изобразительно-выразительные средства, перспективы и, конечно же, общественные функции.

Насчитывается кроме информационной еще шесть функций телевидения, и все шесть имеют отношение к воспитанию. Рекреативная, организаторская и интегративная связаны с созданием условий для воспитания, причем последняя, накладываясь на другие функции, объединяет их в чрезвычайно эффективную систему. Как следует из их названий, культурно-просветительская, социально-педагогическая и образовательная функции детерминируют воспитательную направленность телевидения[[18]](#footnote-18).

Воспитание является основной категорией педагогики. "Воспитание - совокупность формирующих воздействий всех общественных институтов, обеспечивающих передачу из поколения в поколение социально-культурного опыта, норм, ценностей"[[19]](#footnote-19). "Его специфика состоит в том, - пишет в своем учебном пособии "Преподавание и воспитание в высшей школе: методология, цели и содержание, творчество" Ю.Г. Фокин, - что этот процесс не активируется самим индивидом, а навязывается воспитываемому извне". Таким образом, мы видим, что воспитание - процесс целенаправленный, а значит, кем-то управляемый, в том числе и на телевидении.

Телевидение - средство массовой информации, как социальная система состоящее из нескольких подсистем[[20]](#footnote-20):

1. Редакции телерадиокомпаний, работа которых обеспечивается инфраструктурой журналистики: технической, информационной, организационно-управленческой; к инфраструктуре относятся также учебные и научные центры.

2. Виды деятельности, необходимые для функционирования данной социальной системы и детерминированные общественными функциями телевидения, - информационной, культурно-просветительской, интегративной, социально-педагогической, организаторской, образовательной, рекреативной. Прежде всего это сбор актуальной социальной информации и ее распространение. Наряду с этим - воспитание, и в первую очередь эстетическое, в силу природы изобразительно-выразительных средств телевидения. А также функциональное взаимодействие с другими социальными институтами.

3. Совокупность профессий, необходимых для такой деятельности.

4. Система произведений, создаваемых журналистами.

5. Канал передачи массовой информации, которая представляется в виде движущихся изображений в сопровождении звука.

К проблеме "масс-медиа-молодежь" неоднократно обращаются как отечественные, так и западные исследователи. Общепризнанным является тот факт, что телевидение занимает первое место среди всех остальных СМИ, поэтому необходимо проанализировать некоторые его особенности, наиболее тесно связанные с формированием эстетических представлений и ценностей современной молодежи.

Проводятся многочисленные социологические исследования, проходят дискуссии, круглые столы на страницах периодической печати. Тем не менее, в отечественной научной литературе данная проблема разработана явно недостаточно, в то время, в зарубежной научной литературе эта проблема освещена гораздо полнее, ей посвящены специальные научные издания.

В отечественной литературе сформировалась определенная тенденция рассматривать телевидение в непосредственной связи с идеологической борьбой, пропагандой и контрпропагандой, что привело к редукционизму в теории массовой коммуникации. Тем не менее, в 70-е-80-е гг. появился ряд фундаментальных исследований, посвященных анализу взаимосвязи культуры и СМК, которое рассматривают последние расширительно, в их различных аспектах (технических, художественных и т.д.).

Современные исследователи рассматривают телевидение не как автономный самодостаточный объект, а как узел пересечения разнородных сигнифицирующих практик. Как пишет американский исследователь Р. Аллен, "мы воспринимаем телевидение не как изолированные произведения, но как отрезки времени наполненные разнородными текстами, тщательно соединенными вместе, так что они перетекают друг в друга почти незаметно"[[21]](#footnote-21).

Анализ телевидения в рамках современной критической теории основан на положении об обусловленности репрезентации: все наши попытки репрезентировать реальность обусловлены языком, культурой и идеологией. Если согласиться с тем, что мы познаем мир через системы репрезентаций, то сама постановка проблемы объективности или субъективности телевидения изменится и на место вопроса: “Узнаем ли мы из телевидения правду о мире? ” встанет вопрос: "Каким образом оно репрезентирует мир?".

При такой постановке проблемы истинность или ложность телевизионной репрезентации обуславливается не истинностью или "фикциональностью” репрезентируемого материала, а самой природой продуцирования значения, которое является контекстуально обусловленным. Означающее, продуцируемое телевидением, связано с означаемыми условно. Даже если мы смотрим хронику, мы воспринимаем ее не путем активного знакового производства, но как чистые означающие. В том смысле, в каком телевидение является знаковой системой оно всегда может быть использовано для "производства лжи" (Умберто Эко). Так, если зритель увидит в перерыве между программами внутри фильма новости, он никогда не сможет понять по ТВ-знаку, относятся ли они к истинным или вымышленным событиям. В этой связи Умберто Эко дает свое определение семиотики как дисциплины, изучающей "все, что может быть использовано, чтобы сказать ложь. Если что-либо не может быть использовано, чтобы сказать ложь, оно не может помочь и сказать правду, по сути дела оно вообще не может быть использовано, чтобы что-то сказать”.

Коммуникативная природа телевидения имеет свою специфику, К. Метц выделяет пять каналов телекоммуникации: образ, письменный текст, голос, музыка и звуковые эффекты. Он считает, что телевидение и кино - это две сходные языковые системы, которые характеризуются крайней открытостью.

Влияние телевидения на многие аспекты повседневности, в частности на формирование эстетических вкусов и представлений, определяется во многом тем, что в отличие от других видов масс медиа оно представляет собой часть домашней обстановки. Этот факт сам по себе весьма амбивалентен и по-разному оценивается с разных исследовательских позиций. Наиболее сильный эффект телевидения, кроме его собственно содержательной стороны - это сам факт его существования, его всегда доступное, главенствующее ставшее привычным присутствие в каждом доме, его способность свести сотни миллионов граждан до уровня пассивных зрителей в течение большей части их жизни. Телевидение сводит до минимума личностные взаимодействия внутри семьи и сообщества. Один источник информации может передавать имиджи и точки зрения непосредственно миллионам умов, затрудняя для людей отделение реального от нереального, умиротворяя и мобилизуя их, фрагментируя их восприятие, притупляя их воображение и критические суждения, укорачивая промежутки внимательного восприятия, понижая вкус к разумному публичному и частному дискурсу. По мнению Дж. Мейровитца, коммерческое телевидение “порождает новизну, чтобы выжить. Без странного, нового, неизвестного аудитории сократились бы очень сильно. Именно поэтому телевидение выставляет напоказ то, что в других медиаструктурах остается скрытым или малоизвестным.

Любая телевизионная передача в той или иной мере приобщает зрителей к культуре. Даже в информационных выпусках сам облик людей, появляющихся на экране, их манера общения, степень грамотности оказывают влияние на зрительские установки. Таким образом, к культуре имеет отношение всякая телепередача. Но культурно-просветительскую функцию исполняют далеко не все из них. На региональных студиях государственного телевидения культурно-просветительскую функцию выполняют лишь немногие теперь передачи. Особенно отчетливо это прослеживается в программах историко-краеведческой направленности.

Так, с одной стороны, коммерциализация телевидения приводит к преобладанию насилия, секса, рекламы. С другой стороны, появляется множество образовательных программ, видеоматериалов, развивающих игр и программ, оказывающих помощь как в образовании, воспитании, так и в расширении кругозора, открывая совершенно новые горизонты знания. Главный потребитель видеокультуры - молодой человек начала XXI века - представляет собой сложноструктурированного субъекта, стратифицированного по возрасту, гендеру, профессии, уровню образования и т. д[[22]](#footnote-22).

Хотя доля передач, ориентированных на воспитание и включающих в себя эмоционально-нравственный компонент, на региональном телевидении в последние годы катастрофически снизилась, в какой-то мере образовавшийся духовный вакуум заполнился центральными СМИ. Ярко выраженными компенсаторами выступают общенациональные телеканалы "Звезда" и "Культура". Стали появляться духовно-просветительские и нравственно ориентированные передачи, телефильмы, телесериалы и на других центральных каналах. Например, военно-патриотический сериал для молодежи "Кадетство" на СТС[[23]](#footnote-23).

Еще одной значимой тенденцией на отечественном телевидении стало духовно-нравственное воспитание нации посредством православных программ и телеканалов, таких как Московский "Спас", Екатеринбургский "Союз" и др. Содержание данных каналов не ограничивается церковно-клерикальными программами. Многие передачи и фильмы, транслируемые православным телевидением, имеют общегражданское звучание. Это передачи о культуре, исторические программы, военно-патриотические документальные и художественные телефильмы. Патриотизм, как известно, цементирует общество, поэтому особая задача передач патриотической направленности - пропаганда ненасилия и неразделения общества на "наших" и "не наших" - выполняется православными телеканалами не хуже других. Здесь социально-педагогическая функция тесно взаимодействует с интегративной.

Телевидение по своей природе способно поддерживать нормальное функционирование того общества, на которое распространяется его влияние. Сам факт просмотра программы разными людьми уже свидетельствует об их определенной общности. Но вещатель должен сознательно работать на укрепление этого чувства сопричастности каждого ко всем путем выявления общих для аудитории ценностей, обсуждения путей решения общих проблем с целью противодействия деструктивным и опасным для общества тенденциям.

"В истории человечества бывали и более кровожадные эпохи, но ни одна из них не была до такой степени пропитана образами насилия, как наша. И кто знает, куда нас унесет этот чудовищный поток.". Эти слова принадлежат Дж. Гербнеру - американскому ученому из Анненбергской школы, который провел ряд исследований, направленных на выявление характера воздействия экранного насилия на аудиторию в США. Прискорбно, но стоит признать, что данное высказывание применимо далеко не только к США, но и ко многим другим государствам, в том числе включая и наше с Вами.

После развала СССР и падения так называемого "железного занавеса" - на российские экраны буквально обрушился поток насилия. Последовавшая вскоре после этого процесса коммерциализация российского кинематографа и телевещания эту ситуацию значительно усугубила. С учетом того, что насилие подсознательно притягивает и завораживает человека - оно является одним из наиболее выигрышных и оправданных, с точки зрения финансовой мотивации данного вида деятельности, элементом кино - и теле-продукции. В результате, за два с лишним десятилетия молодежная преступность в России возросла в полтора, а подростковая - почти в 2 раза. Проведенные исследования показали, что более 30% российской молодежи совершают преступления под влиянием кинофильмов и телепередач. Подростки видят каждый год на телеэкране до 10 тысяч сцен насилия.45% молодых людей, кто в возрасте 14 лет смотрел телевизор больше 3-х часов в сутки, склонны к насилию, а 20% - вообще опасны для общества и морально готовы совершить преступное деяние[[24]](#footnote-24).

Существуют методы противостояния негативному воздействию экранного насилия на аудиторию, среди которых важнейшую роль может выполнить медиаобразование, - направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации: прессы, телевидения, радио, кино, видео и т. д[[25]](#footnote-25). Основные задачи медиаобразования заключаются в том, чтобы подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику.

Сейчас довольно активно пишутся и публикуются многочисленные статьи, проводится всевозможная исследовательская работа и организовываются различные конференции по вопросу поиска путей преодоления и противодействия сложившейся в стране ситуации - стоит, однако, отметить тот факт, что времени уже упущено непростительно много, ведь поводы для беспокойства обозначились еще в 20-х годах прошлого века, когда в советской прессе начали появляться первые публикации, повествующие о различных видах насилия[[26]](#footnote-26), совершенного преимущественно молодежью и под влиянием кинофильмов. Но, по причине безосновательной убежденности руководства нашей страны в том, что негативное воздействие оказываемое экранным насилием является исключительно следствием показа/трансляции зарубежных кинофильмов - была введена жесткая цензура, запрещающая их показы в дальнейшем[[27]](#footnote-27).

За последние 40 лет в мире было проведено более 1000 исследований, посвященных влиянию телевидения и кинематографа на детей. Исследования проводились во многих странах мира, среди мальчиков и девочек, принадлежащих к различным расам, национальностям и социальным группам. Тем не менее, результаты исследований были практически идентичны: агрессия на экране делает детей более агрессивными по отношению к людям, животным и к неодушевленным предметам.

Американская Академия Педиатрии - American Academy of Pediatrics опубликовала четыре фундаментальных вывода из этих исследований.

Во-первых, дети, которые смотрят много передач, содержащих сцены насилия, воспринимают насилие, как легитимный способ разрешения конфликтов.

Во-вторых, просмотр сцен насилия делает человека более беззащитным к насилию в реальной жизни.

В-третьих, чем больше ребенок видит сцен насилия на экране, тем больше шансов, что он станет жертвой насилия.

В-четвертых, если ребенок отдает предпочтение просмотру телепрограмм, содержащих сцены насилия, существует значительно большая вероятность, что он вырастет агрессивным человеком и даже может совершить преступление.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что 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 позволяет увидеть жизнь с разнообразных позиций, даже таких, в которых ребенок никогда не попадет. Как чужой опыт, способы действий проходит определенный алгоритм - идентификация (анализ ситуации, расчленение ее на составные части); индивидуализация (ребенок оценивает, как это может коснуться его в жизни, позиция "и Я"); персонификация (создание сообраза, "позиция Я", ребенок либо присваивает данный вариант действий, либо отвергает его как неприемлемый для себя с точки зрения моральных норм)

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 воздействия на детей, учитель должен использовать возможности масс медиа в своих педагогических целях.

# Глава II. Интернет и пресса как субъекты медиавоздействия на молодёжь

# § 1. Особенности влияния Интернет-СМИ на подрастающее поколение

Греческий философ и математик Архимед сказал: "Дайте мне точку опоры, и я переверну мир". Сегодня мы с уверенностью можем сказать: Интернет - это та точка опоры, которая позволит перевернуть мир культуры. Интернет - это новый и весьма эффективный способ представления культуры в средствах массовой коммуникации. По масштабу своего воздействия на мировую культуру феномен Интернет сопоставим с изобретением письменности и книгопечатания. Если традиционная книжная культура существует на основе текста, то с появлением Интернет формой организации культурного пространства становится гипертекст. На смену линейной последовательности книжного текста приходит бесконечно ветвящаяся, многократно пересекающаяся, прерывающаяся и вновь сплетающаяся в сеть последовательность виртуального текста. Построение и освоение такого текста подобно прогулке по "саду расходящихся тропок". Придуманный Х. Борхесом "Сад" - гениальная метафора культурного пространства, выстроенного как гипертекст.

С приходом Интернет подрываются основы монологического начала в культуре, что означает закат культур "закрытых", несущих в себе потенциал всевозможных конфликтов на межэтнической, конфессиональной, национальной или партийной почве. Таким образом, Интернет возвещает о рождении культуры глобального диалога (культуры как диалога культур), "открытой" культуры, в которой каждый из участников имеет свой голос, ведет свою партию, может присоединить свой голос к голосу других или влиять на общее звучание. Феномен Интернет открывает новый горизонт культуры - ориентацию на глобальное творчество и индивидуальный вклад каждого.

Одна из важнейших сфер воздействия Интернет на культуру - образование. Нет культуры без образования. Система образования может быть определена как квинтэссенция любой культуры. В ней определенным образом "упаковано" ее важнейшее содержание[[28]](#footnote-28).

Современная система образования, которая начинает интегрировать в себя новые образовательные технологии, основанные на использовании возможностей компьютера, качественно меняет "упаковку" культурного содержания. Интернет не терпит книжной организации текста, где фрагменты текста следуют один за другим, подобно вагонам, сцепленным в единый состав, в соответствии с единственной волей их автора. Интегрированный во всемирную паутину, текст обрастает гипертекстовыми полями, в нем возникают новые созданные "кем-то" произвольные связи, он в значительной мере утрачивает своего автора и выстроенную им смысловую законченность. Текст превращается в черновик.

Внедрение компьютера с его гипертекстовым пространством в систему образования разрушает старую тоталитарную в своей основе архитектонику педагогического пространства, где преподаватель-предметник являлся по существу единственным персонажем педагогического действия, и функция которого заключалась, главным образом, в озвучивании учебника (законченного текста). Возможности сетевого образования подрывают монополию педагога на знание и вынуждают уступить часть педагогического пространства компьютеру, делая его более персональным. Дело преподавателя-предметника в новой модели образования - подготовка гипертекстовых учебных материалов и организация работы с ними в форме живого диалога.

В последнее время всё чаще ведутся дискуссии о предмете виртуальной реальности, которая в свою очередь способна породить новую идентичность и модель субъективности. Некоторые исследователи связывают появление феномена виртуальной реальности с развитием новейших информационных и коммуникативных технологий: "Виртуальная реальность - искусственно созданная компьютерными средствами среда, в которую можно проникать, меняя её изнутри, наблюдая трансформации и испытывая при этом реальные ощущения. Попав в этот новый мир аудио-визуальной реальности, можно вступать в контакты с другими людьми и с искусственными персонажами"[[29]](#footnote-29).

Однако, по мнению других учёных, в частности А.Я. Флиера, соотносить генезис виртуальной реальности с компьютером было бы не совсем правомерно, так как в качестве аналогичного стимулятора может выступить, например, любое психотропное вещество. Если же обратиться к далёкому прошлому человечества, точнее ко времени возникновения языка, то можно сказать, что и язык является одной из первейших форм замещения реальных предметов и событий их символическими названиями: "Виртуальная реальность ведёт свой генезис отнюдь не от компьютера и даже не от схоластической философии, а из самых глубин первобытности - от начала символической деятельности человека, с созданием системы симулякров, лишь условно и конвенционально обозначающих предметы и события - слов, рисунков, лепных и резных изображений"[[30]](#footnote-30).

Виртуальная реальность имеет место на протяжении длительной истории развития человечества, тем не менее именно сейчас стала очевидной актуальность данного явления. Известный американский социолог Мануэль Кастельс в своих работах очень часто использует выражение "реальная виртуальность". В "Галактике Интернет" он пишет, что мы живём в условиях особой культуры, которая "является виртуальной, поскольку строится, главным образом, на виртуальных процессах коммуникаций, управляемых электроникой. Она является реальной (а не воображаемой), потому что это наша фундаментальная действительность, физическая основа, с опорой на которую мы планируем свою жизнь, участвуем в трудовом процессе, связываемся с другими людьми, отыскиваем нужную информацию, формируем своё мнение. Вот что отличает культуру информационной эпохи: именно через виртуальность мы в основном и производим наше творение смысла"[[31]](#footnote-31).

Действительно, инновационные технологии в сфере информации и коммуникации оказали невиданное ранее влияние буквально на все стороны общественной жизни, изменив сознание и социально-психологическое поведение людей. Виртуальная реальность порождает новые культурные идентичности и, возможно, новые проблемы. В частности речь идёт о создании виртуальной "личности" и определении грани между ней и реальным "я".

Интернет интересует личность прежде всего как коммуникативное пространство. Общение в интернете привлекает анонимностью - человек волен быть кем угодно, создавать новый образ, наделённый желаемыми чертами. Добровольность и желательность контактов подразумевает, что человек имеет возможность по своему усмотрению завязывать контакты или уходить от них. Создателями виртуальных "личностей" являются, например, классик сетевой литературы, Светлана Мартынчик, больше известная как Макс Фрай, или же Алексей Андреев, одним из воплощений которого стала Мэри Шелли. Таким образом, можно сказать, что новый образ пользователи Интернет-ресурсов формируют с целью расширения круга общения, в основе которого лежит мотив самовыражения и самоутверждения.

Интернет как уникальная совокупность локальных, региональных, национальных и общемировых компьютерных сетей и универсальная технология обмена информацией - важнейший символ и главное связующее средство глобального информационного пространства. Он стал средством информационного обмена многих миллионов людей на всех континентах.

Сеть активно развивается, направления ее использования расширяются. Число только официально зарегистрированных пользователей сети в нашей стране уже превысило 5 млн. человек. Постоянно растут объемы информационных ресурсов, там представленных. Каждый день появляется более 3 млн. новых web-страниц. Но несмотря на то, что возможности, предоставляемые обществу Интернетом, поистине грандиозны, заметен и широкий спектр порождаемых ею опасностей[[32]](#footnote-32).

До сих пор отношение к интернету неоднозначно. Для одних он - универсальный источник разнообразной информации, принципиально новое средство организации всей жизнедеятельности на более высоком уровне. Для других - "мировая паутина", опутывающая и губящая души молодых людей, "электронный концлагерь", "всемирная сплетница", "оружие инквизиторов"[[33]](#footnote-33).

Получая несомненные преимущества от использования информационных систем, построенных на основе глобальных компьютерных сетей, общество постепенно входит в зависимость от их нормального функционирования[[34]](#footnote-34). Для молодых россиян пользование Интернетом является таким же признаком "символического потребления" и "жизненного комфорта", как собственный автомобиль или путешествие за границу. Молодежь обращается к услугам глобальной Сети в большинстве случаев для удовлетворения не когнитивных или профессиональных потребностей, а других, прежде всего досуговых целей. Данные факты заставляют вырабатывать новые подходы к защите интересов личности, общества, государства в этой сфере.

Ряд опасностей связан с попытками определенных политических сил использовать информационные возможности Сети для формирования общественного мнения, воздействия на массы в целях достижения своих интересов. Безусловно, подобному информационному влиянию в высшей степени подвержена наиболее массовая и активная часть аудитории Интернета - молодежь. На молодых людей буквально обрушивается поток информации, значительную часть которой они просто не в состоянии адекватно воспринять. Часть материалов, подаваемых в предвзятом виде, способна привести к нравственным деформациям, породить агрессию, стремление к проявлению насилия.

Проникновение материалов из Интернета в традиционные средства массовой информации стало обычным явлением, несмотря на то, что в глобальной Cети может быть опубликовано все, что угодно. Интернет-СМИ

отличаются от обычных средств массовой информации тем, что там можно публиковать новости не только дешево и оперативно, но и что самое примечательное - анонимно.

Так, отсутствие отлаженных правовых механизмов влияния на представляемую в компьютерных сетях информацию позволяет размещать здесь материалы откровенно националистического, фашистского, расистского содержания, порнографическую продукцию с элементами насилия, рецепты производства наркотических и взрывчатых веществ и т.д. В ряде стран отмечается появление сайтов, принадлежащих организованным преступным группировкам и террористическим организациям, через которые ведется не только обмен информацией, но и пропаганда соответствующих идей и образа жизни.

Анализируя влияние сетевых информационных ресурсов на формирование жизненных установок молодежи, допустимо рассматривать Интернет в качестве специфичной среды проявления общественных отношений. В этой среде представлены практически все социальные слои и возрастные группы населения, здесь нашли воплощение в той или иной форме большинство видов деятельности общества (политическая, финансово-экономическая, коммерческая, образовательная, культурная и т.д.), на основе общности интересов создаются многочисленные "виртуальные" группы территориально удаленных субъектов. В таких группах складывается своя внутренняя социальная иерархия, появляются формальные и неформальные лидеры.

Здесь получают развитие неизвестные ранее формы общения и взаимодействия людей, идет процесс формирования особой субкультуры.

Наблюдения показывают, что сетевая среда, как и социальная среда в целом, влияет на личность и нравственность людей, социально-психологические характеристики представленных в ней групп, порождает соответствующую мотивацию поведения, избрание конкретных средств достижения целей (в том числе противоправных). Именно поэтому сетевая среда все чаще выступает предметом исследований, направленных на изучение особенностей общения и взаимодействия пользователей, форм самовыражения личности, характеристик особых "виртуальных" коллективов. Становится очевидным, что процесс становления социальных отношений в новой информационной среде, не подкрепленный в достаточной мере ни соответствующими законодательными, ни нравственными установками, порождает неизвестные ранее формы негативного, девиантного поведения, особенно среди молодежи.

Известно, что изоляция субъекта с нестандартными (в том числе и негативными) установками от нормальных контактов в реальной микросреде в большинстве случаев приводит к тому, что он ищет признания в других местах среди подобных себе[[35]](#footnote-35). В таких случаях сетевое общение может помочь молодому человеку в известном смысле преодолеть внутриличностные и внешние конфликты, возникающие в семейных отношениях, отношениях со сверстниками и т.п. При этом индивид очень просто найдет в Сети поддержку и понимание практически в любых взглядах, которые отвергаются его конкретным окружением. Общаясь в Интернете, он может не только на время "менять" пол и имя, представать перед собеседником в ином физическом облике, но даже создавать свой новый образ - реализовывать, пусть "виртуально", свои фантазии, которые трудно или невозможно осуществить в обычном мире.

"Виртуальный" мир дает дополнительную свободу действий и выражения мыслей, эмоций, чувств, ограничиваемую в реальной жизни. Закомплексованный человек, имеющий серьезные проблемы в ежедневном общении с окружающими его людьми, в сетевом общении получает возможность полностью раскрепоститься. Однако при этом он может легко оказаться втянутым в общение маргинальных групп, способных навязать ему

негативные социальные установки. Даже при неглубоком поиске в сети Интернет легко обнаружить сайты, где положительно оцениваются такие явления, как сатанизм, педофилия, и другие виды сексуальных извращений, наркотизм и т.п. Молодые люди с неустоявшейся психикой при посещении подобных сайтов могут активно воспринять пропагандируемые здесь взгляды и перенести их в свою повседневную жизнь.

Исследователи отмечают, что Интернет усиливает процесс опосредованного общения людей, участники которого чаще всего имеют поверхностные, неглубокие межличностные отношения. Возможность анонимного участия в сетевом общении нередко формирует у молодых людей представление о вседозволенности и ненаказуемости любых проявлений в сетевой среде. По мнению психологов, анонимность и отсутствие запретов освобождают скрытые комплексы (в первую очередь связанные с тягой к насилию и сексуальностью), стимулируют людей изменять здесь свой стиль поведения, вести себя более раскованно и даже переходить некоторые нравственные границы.

Есть немало примеров, когда подростки используют сетевые возможности, чтобы досаждать людям, с которыми в реальной жизни их связывают неприязненные отношения. В США получило значительное распространение явление, обозначаемое как "киберпреследование", когда злоумышленник постоянно преследует свою жертву, направляя ей угрозы с помощью сетевых средств. Подобные случаи отмечаются и в отечественной практике.

Сетевая среда способна оказывать определенное влияние даже на психическое здоровье личности. Учеными отмечаются случаи болезненного пристрастия к участию в сетевых процессах (так называемой интернет-зависимости). Термин "Интернет-зависимость" - болезненное пристрастие к участию в сетевых процессах, появился в 1996 году и к настоящему моменту широко употребляется в научной и публицистической литературе.

Данная зависимость проявляется в навязчивом желании неограниченно долго продолжать сетевое общение. Для подростков, получающих доступ к Интернету, виртуальная среда иногда кажется даже более адекватной, чем реальный мир. Возможность перевоплотиться в некую бестелесную "идеальную личность" открывает для них новые ощущения, которые им хочется испытывать постоянно или очень часто.

Специалисты отмечают, что в некоторой степени указанная зависимость близка к патологической увлеченности азартными играми, а ее деструктивные эффекты схожи с возникающими при алкоголизме. По мнению специалистов, изучающих различные виды зависимого поведения, можно условно выделить пять типов "Интернет-зависимостей"[[36]](#footnote-36):

1. Киберсексуальная зависимость - непреодолимое влечение к посещению порносайтов и занятию киберсексом, к обсуждению сексуальной тематики в чатах, специальных телеконференциях "для взрослых".

2. Пристрастие к виртуальным знакомствам - предпочтение (замена) реальных отношений, семьи и друзей виртуальными "кибер-отношениями", зависимость от общения в чатах, групповых играх и телеконференциях.

3. Навязчивая потребность в Сети - игра в онлайновые азартные игры, постоянные покупки или участия в аукционах.

4. Информационная перегрузка (так называемый навязчивый "веб-серфинг") - бесконечные путешествия по Сети, нахождение информации по базам данных и поисковым сайтам.

5. Компьютерная зависимость - постоянное участие в компьютерных играх (стрелялки - "Doom", "Quake", "Unreal", стратегии типа "Star Craft").

Патология проявляется в разрушении обычного образа жизни, смене жизненных ориентиров, появлении депрессии, нарастании социальной изоляции.

Подросток, испытывающий трудности в семье и школе, недовольный собой и окружающими, легче и быстрее становится на путь зависимости, особенно при отсутствии поддержки (либо контроля) близких и друзей.

Длительное времяпрепровождение за компьютером сказывается и на физическом состоянии ребенка: он перестает уделять должное внимание спорту и физическим нагрузкам, отдыху, подрывает свое здоровье, а нередко и материальное благополучие родителей. Неконтролируемая возможность посещения вредоносных для подростка не только порносайтов, но и чатов, посвященных пиротехнике, суициду, обсуждению воздействия тех или иных наркотиков и т.д. Регулярное общение с онлайновыми приятелями через Интернет может впоследствии привести к фактическому знакомству, в том числе с лицами с девиантным поведением: участниками радикальных политических групп, сектантами, лицами, имеющими сексуальные отклонения, участниками незаконного оборота наркотиков и др.

По мнению психологов, у детей до семилетнего возраста, а также у отдельных подростков до 12 лет виртуальный и реальный миры нередко тождественны, поэтому они, во-первых, просто не умеют отличать того, что видят на экране компьютера, от той действительности, что происходит за пределами экрана; а во-вторых, не в достаточной степени обученные отличать добро от зла, такие несовершеннолетние начинают вести себя, как компьютерные герои (в том числе и "отрицательные" персонажи) [[37]](#footnote-37).

Находясь в глобальной сети, подросток легко может выдавать себя за совершеннолетнего (что в реальном мире сделать гораздо труднее) и получать доступ к тем видам деятельности, которые в обычной жизни были бы для него затруднены: принимать участие в аукционах, в заключении сомнительных финансовых сделок, посещать места сетевого общения совершеннолетних с определенными негативными отклонениями и т.д. Кроме того, несовершеннолетний "тайно" от родителей через Интернет может принимать участие в виртуальных азартных играх, тратя на это развлечение нередко крупные сумм из семейных сбережений.

Большинство людей считает, что компьютерные игры - это место для безграничной фантазии, творчества, идей. Игровые телеприставки долго воспринимались как невинная детская забава, пока не увеличилась частота появления разных тревожных сигналов, заставив таким образом обратить внимание на то, что именно происходит в игровых мирах.

Виртуальная "личность", порождаемая компьютерными играми, замыкается в себе, не пытаясь возобновить связи с окружающим миром. Однако, пытаясь найти спасение от неустроенности, одиночества и проблем в виртуальной реальности, человек забывает, что рано или поздно ему придётся вернуться в реальную жизнь и столкнуться с тем, что она резко отличается от виртуальной[[38]](#footnote-38).

Эксперты не исключают возможность того, что у ребенка до семи лет, проводящего за компьютерными играми более часа в день, стреляя и убивая, в подсознании может закрепиться доминанта, от которой избавиться в процессе взросления нелегко, а, попав в ситуацию, сходную с компьютерной игрой, такой несовершеннолетний или молодой человек может решиться на совершение преступления, в том числе "тяжкого". Усугубляет ситуацию также тот факт, что, регулярно видя на экране компьютера сцены насилия и жестокости, подросток не только перестает ужасаться при виде кошмаров, но и теряет способность сопереживать чужим страданиям. Кроме того, огромная вычислительная мощность сегодняшних персональных компьютеров позволяет несовершеннолетним лицам совершать противоправные деяния, последствия которых могут быть очень серьезными (например, участвовать в качестве хакера в "сложных" мошенничествах в банковско-кредитной сфере).

Особого внимания требует и проблема влияния на установки личности распространенных в глобальных сетях игр с элементами насилия. Исследования показали, что жестокие игровые эпизоды нередко приводят к нарастанию агрессивности поведения молодых людей. Так, весной 2002 г. немецкий подросток Р. Штайнхойзер убил 17 и ранил 7 человек в гимназии, где он учился. При опросах свидетелей выяснилось, что любимым его занятием было участие в сетевых компьютерных играх, содержащих сцены насилия. В настоящее время в Германии ограничено распространение подобных игр. Очевидно, с развитием технологий указанная проблема будет усложняться, поскольку компании - разработчики игр постоянно повышают качество соответствия игрового пространства реальности, а это ведет к возрастанию степени погружения личности в виртуальную среду. В обществе формируется целый класс молодых людей - фанатов компьютерных развлечений, игра становится их основной деятельностью. Круг социальных контактов у них очень узок, вся иная деятельность направлена лишь на выживание, на удовлетворение физиологических потребностей, главным становится удовлетворение потребности в игре на компьютере. Такая зависимость приводит к потере смысла жизни и деформации нормальных человеческих ценностей. Единственной ценностью для них является компьютер и все, что с ним связано.

Для подростка мир компьютерных игр кажется той "запретной для взрослых" территорией, на которую доступ "чужаков" ограничен, у него формируется ощущение собственной значимости и причастности к чему-то таинственному, "не взрослому". Любой детский психолог скажет, что для переходного возраста психологическая интимность и защищенность - необычайно актуальный вопрос[[39]](#footnote-39).

По мере прогрессирования такой зависимости, виртуальный мир становится все более привлекательным, в то время, как реальный воспринимается как неинтересный, скучный, а зачастую и враждебный. Особая привлекательность объектов виртуального мира игры заключается в том, что ими можно безопасно манипулировать, создавая различные сценарии и сюжеты. При этом человек чувствует себя всесильным и значимым. Тем временем его связи с реальным миром ослабевают, все эмоции, интересы, мысли, энергия и система ценностей сосредоточиваются на игровом пространстве. Человек полностью сливается с виртуальной реальностью, становится ее частью. Происходит опасное размывание границ между воображаемым и реальным, вплоть до нарушения инстинкта самосохранения. Характерно еще и то, что отбрасывание прежнего Я происходит автоматически, без внутренней борьбы мотивов, без сопротивления и "ностальгических переживаний" по прошлому. Это особенно опасно, так как ограничивает возможность коррекции динамики развития зависимости[[40]](#footnote-40).

К мерам, направленным на профилактику возникновения зависимости от Интернета, можно отнести следующие[[41]](#footnote-41):

1. Безусловно, в современных условиях невозможно изолировать молодого человека от использования сетевых ресурсов. Однако должны быть продуманы пути нейтрализации негативного информационного влияния компьютерных сетей. Особую роль в этом процессе должно играть ближайшее окружение "увлеченного компьютером" лица.

2. Основной принцип ослабления и лечения зависимости - замещение. Поэтому преодоление зависимости заключается в выстраивании новой системы самосознания человека, в которой он учится заново взаимодействовать с окружающим его миром, при котором очень необходима и важна поддержка и помощь близких людей.

3. Родители обязаны научить несовершеннолетнего правилам безопасного общения посредством Интернета: не давать личную информацию (имя, адрес, номер или адрес школы, место работы родителей и их рабочий телефон), особенно в чатах и на досках объявлений; не заводить через Интернет сомнительных знакомств и т.д.

4. Необходимо вырабатывать культуру общения с компьютером. А для этого с самого первого дня появления дома такой техники необходимо показать несовершеннолетнему все возможности "нового друга": с помощью его интересно интеллектуально развиваться, получать необходимую и полезную информацию, заниматься учебой т.д.

5. Эффективным методом борьбы с Интернет-зависимостью является метод использования различных контролирующих программ. Программа "Контроль игр", например, умеет отличать учебу от игровой деятельности: если ребенок сидит за компьютером и учит уроки, он не отключается, а если заигрался в Интернете сверх установленного времени, тогда монитор погаснет точно по расписанию.

6. Компьютер необходимо располагать там, где удобнее контролировать его использование несовершеннолетними, а также устанавливать четкие требования к использованию компьютера и Интернета, и всегда требовать их неукоснительного выполнения.

Таким образом, формирующаяся в глобальных сетях среда способна оказывать существенное влияние на формирование негативных психологических установок у подростков. Безусловно, в современных условиях невозможно (да и неправильно) изолировать молодого человека от использования сетевых ресурсов. Однако должны быть продуманы пути нейтрализации негативного информационного влияния компьютерных сетей. Особую роль в этом процессе должна играть семья. Заинтересованное участие взрослых, дающих объективную оценку поступающей информации и осуществляющих ее фильтрацию, позволит правильно сориентировать молодого человека в информационных потоках.

Не должно оставаться в стороне от рассматриваемой проблемы и государство. Назрела необходимость определения жестких критериев допустимости размещения в сетях определенных видов информации. Следует выработать работающие механизмы ограничения доступа к отдельным сайтам для различных возрастных категорий аудитории Интернета. Требуется законодательно закрепить ответственность владельцев сайтов за содержание размещаемых информационных материалов. И очень важно, чтобы происходящие в глобальных компьютерных сетях противоправные процессы получали адекватное противодействие со стороны правоохранительных органов.

# § 2. Влияние прессы на молодое поколение

Во все периоды исторического развития свободным временем человечество распоряжалось по-разному. Так, например, люди образованные, с высокими духовными интересами посвящали себя науке или литературе, рассматривая это как досуг, как "отдохновение духа", большая часть населения предпочитала для отдыха менее интеллектуальные занятия: спорт, охоту, беседы, посещение зрелищ и т.д.

По мнению специалистов, слово "досуг" в значении "свободное время" употреблялось в Русском государстве еще в середине XV в. В толковом "Словаре живого великорусского языка" В.И. Даля читаем: "Досуг - свободное, незанятое время, гулянки, гулячая пора, простор от дела"[[42]](#footnote-42). Близкое толкование мы найдем и в современном словаре русского языка С.И. Ожегова: "Досуг - свободное от работы время"[[43]](#footnote-43).

Психолого-педагогический словарь раскрывает понятие "досуг детей" как "свободное от обязательных учебных занятий время, используемое для игр, прогулок и спорта, чтения, занятий искусством, техникой и другими видами полезной деятельности по собственному влечению детей"[[44]](#footnote-44).

По мнению отечественных специалистов, детский досуг формирует и развивает личность, стимулирует творческую инициативу детей, способствует их самовыражению, самоутверждению и саморазвитию через свободно выбранные действия. Досуг не только обеспечивает удовлетворение, веселое настроение и персональное удовольствие ребенка, но способствует раскрытию природных талантов и приобретению полезных для жизни умений и навыков. Основными характеристиками досуга детей являются ярко выраженные физиологический, психологический и социальный аспекты. Таким образом, функции детского досуга могут быть определены как самореализационная, творческая, коммуникативная, просветительская, профориентационная, рекреационная, гедонистическая.

Несмотря на стремительное уменьшение доли чтения в досуговой деятельности современных детей, этот вид занятий по-прежнему занимает одну из лидирующих позиций и интерпретируется как одна из форм досуговой деятельности. Исследования последних лет показывают, что чтение детей стало более функциональным и практичным, при этом функция досугового чтения чаще всего реализуется с помощью различных периодических изданий, т.е. журналов и газет. Объяснение этому самое простое: с одной стороны, периодика всегда была и остается одним из самых массовых, дешевых и оперативных видов изданий, а с другой - налицо значительная динамичность изданий данной категории по сравнению с книжными[[45]](#footnote-45).

Являясь важным элементом системы воспитания детей и подростков, пресса активно взаимодействует как с другими компонентами СМИ, адресованными юной аудитории (теле - и радиожурналистикой), так и с различными социальными институтами, принимающими участие в педагогическом процессе (образованием, наукой, культурой).

По данным Российской книжной палаты, в 1986 г. в РСФСР выходило 15 пионерских газет и 36 детских журналов, а в последнее время их количество увеличилось в несколько раз. В 2004 г. в нашей стране издавалось 105 детских и юношеских газет и 112 журналов[[46]](#footnote-46).

По мнению специалистов, газеты и журналы для досуга всегда ориентированы на широкую читательскую аудиторию и по соответствующему ей назначению могут быть отнесены к популярным или массовым. Общеизвестно, что выделение читательских групп в массовых изданиях достаточно проблематично, поэтому одним из наиболее распространенных признаков деления становится возрастной. По отношению к детским изданиям ОСТ 29.127-2002 выделяет 4 возрастные группы: для дошкольного, младшего школьного возраста, подростков и юношества[[47]](#footnote-47). Знание возрастных особенностей помогает редакциям учитывать интересы и удовлетворять потребности юной аудитории. В зависимости от того, на какой возраст рассчитано издание, определяются его содержание, структура, форма и объем. В ходе формирования детских изданий учитываются и социально-психологические характеристики читателей.

Современный рынок представлен различными видами детских досуговых периодических изданий: журналами, газетами, а также детскими приложениями к взрослым досуговым изданиям.

Возрастные особенности детской аудитории и своеобразие работы с каждой из возрастных групп определили возникновение следующих типов досуговых периодических изданий: для дошкольников; для младших школьников; для подростков; для старшеклассников.

Вместе с тем сегодня большинство изданий для детей и юношества, стремясь привлечь внимание более широкой аудитории, все чаще обращается сразу к нескольким возрастным группам:

1) дошкольникам и младшим школьникам;

2) младшим школьникам и подросткам;

3) подросткам и старшеклассникам. При этом издания для старшеклассников также имеют условную верхнюю возрастную границу, опубликованные в них материалы представляют интерес и для молодежной аудитории.

Специфика данного вида журналистики - прессы - определяется чётко выраженной возрастной ориентированностью на детскую и юношескую аудиторию. В связи с этим в ней применяются особые, специфические приёмы отображения действительности, собственные выразительные средства, формы, способы контакта с аудиторией.

Специалисты отмечают, что детская досуговая периодика не обходится без произведений русских, советских и зарубежных классиков. Из беллетристики в периодических изданиях для детей печатаются стихи, рассказы, юморески, повести, т.е. малые литературные жанры, объем которых составляет практически половину объема изданий.

Велика роль игровых и развивающих заданий. Специфика игры предполагает активное участие в ней аудитории, предоставляет возможность для выявления способностей в различных сферах деятельности, приобщает ко многим областям знания, поэтому досуговая периодика для детей все чаще выполняет функции занимательного обучения и развивающей игры.

Можно сказать, что большинство изданий, предназначенных для юной аудитории, вне зависимости от возрастной направленности и функционального назначения, занимательны. Они создаются по принципу "развлекая - поучать". Игровые элементы, являющиеся обязательными в изданиях для малышей (загадки, раскраски, настольные игры, самоделки и т.д.), часто используются и в изданиях для старшеклассников, это конкурсы, викторины, тесты, домашние задания, кроссворды[[48]](#footnote-48).

Чтобы привлечь детей и удержать их внимание, во время прочтения используются такие раздражители, как цвет, контраст, иллюстрации, особенности верстки и композиции, наличие дополнительных стимулов: вклеек, вкладышей, призов, поделок. Все детские журналы многоцветны и красочны. Количество фотографий меняется в зависимости от возраста и направления журнала. Для детей шести-семи лет количество фотографий минимальное, но в некоторых журналах их место заняли диапозитивы. Следует отметить, что иллюстрации часто имеют нестандартную форму - круг, эллипс, ломаную линию.

Ориентирование в детских досуговых журналах минимально. Чаще всего оно сводится к оглавлению типа: "Читай в июне", "В номере", "Содержание", "Читай в номере". Многие журналы вообще обходятся без ориентирования. Это не способствует развитию читательской культуры детей, однако вполне соответствует общепринятому мнению о том, что досуг - занятие произвольное и даже в чтении приятнее всего разнообразие, неожиданность и отсутствие видимой для читателя системы[[49]](#footnote-49).

Таким образом, современная досуговая периодика для детей в полной мере соответствует особенностям и природе детского досуга. Большинство досуговых периодических изданий чуждо противопоставлению "учебное время - досуг" и воплощает принцип активности, включая многочисленные игровые и развивающе-обучающие задания. Их структура отвечает принципу нерегламентированной, свободной деятельности, жанровое и тематическое наполнение удовлетворяет интересы детства и выступает как своеобразная зона ограниченного вмешательства взрослых.

Современная юношеская досуговая пресса большое внимание уделяет "звездным" новостям, шоу-бизнесу, эстраде, видео, кино, музыке, рассказывая о личной жизни известных музыкантов, артистов, спортсменов и т.д. Сегодня у юных читателей появилась возможность выбирать те издания,

которые вызывают у них интерес, помогают сориентироваться в сложных проблемах современности, определить свой путь в жизни. Чувствуя близость

тематики публикаций к собственным интересам, юный читатель легко идет на контакт с редакцией и часто становится соавтором издания (письма, вопросы, собственные литературные произведения, фотографии, анекдоты).

Анализ молодежных СМИ позволяет утверждать, что сегодняшняя молодежная пресса формирует определенные стереотипы общения, отношение к старшему поколению, к социуму, к основополагающим вопросам свободы, вероисповедания, культуры и т.д.

Существует несколько тем, которым в подростковых журналах уделяется особое внимание:

Отношения полов, секс и сексуальные девиации.

Алкоголь и наркотики.

Взаимоотношения с родителями.

Отношение к материнству (отцовству).

Молодежная мода, аксессуары, технические и автомобильные новинки.

Музыка, кино, жизнь звезд.

Компьютерные игры и Интернет.

Культивирование образа "крутого парня".

Весь спектр молодежных СМИ, которые высказываются по этим вопросам, условно можно разбить на 4 части.

Во-первых, это печатные и сетевые молодежные издания о музыке и звездах шоу-бизнеса, а также телеканалы МУЗ-ТВ и MTV, ориентированные в основном на подростков от 10 до 17 лет.

Вторым блоком можно выделить журналы о компьютерных играх, их основными потребителями являются подростки до 18 лет.

Отдельно можно выделить политические издания различных лево - и праворадикальных молодежных группировок. При том, что они зачастую поднимают вопросы, имеющие общественную значимость, их главный контингент - молодые люди, которые через приобщение к некой субкультуре, пытаются самоидентифицировать себя[[50]](#footnote-50).

Последний, четвертый, тип можно условно назвать "гибридным", поскольку он, с одной стороны, охватывает широкий круг тем, а с другой - формирует у молодого читателя некий определённый тип поведения - журналы "Хулиган", "Cool", "Ровесник", "Fakел".

По мнению психологов, в подростковом возрасте ребенок начинает соотносить свою личность с системой оценок окружающего мира. Поскольку школа, утратив педагогическую функцию, не фиксирует внимание подростка на положительных примерах, а семья нередко не дает жизненных установок, молодой человек начинает искать ориентиры для самоопределения в обществе своих сверстников и в молодежной прессе. Из СМИ ребенок черпает информацию, создающую стереотипы и модели его поведения, жизненные ценности и приоритеты. Подростковые СМИ можно рассматривать как канал опосредованного общения со взрослыми.

Подросток воспринимает преподносимые прессой сведения как достоверные, неоспоримые и доказательные. Тем более что молодежные СМИ зачастую формируют негативное отношение к родителям, создают отрицательный образ отца и матери, различными способами систематически дискредитируя и подрывая их авторитет. Более того, родители представляются как агрессоры, стремящиеся подавить естественную волю ребенка. Они только и думают, как бы ущемить тебя в правах", - говорят авторы журнала "Хулиган". У подростков девальвируются понятия "умный взрослый", "любящий родитель", и ребенок начинает противопоставлять себя "чуждому и враждебному" родительскому крову, агрессивно отстаивая свои желания и интересы.

Впрочем, негативное отношение прививается не только к родителям, но и к остальному взрослому миру, особенно к пожилым людям, которые описываются презрительно-саркастическим тоном и становятся предметом насмешек. На страницах журнала "Cool" мы находим статью под названием "Взбеси пассажира: экстрим-развлечения в общественном транспорте". В данном материале авторы дают рекомендации, как лучше избежать возможных притязаний со стороны старшего поколения на занятое подростком сидячее место и каким образом разнообразить поездку: изобразить больного туберкулезом, спящего, нетрезвого, глухонемого, приставать к пассажирам и т.п.

Относительно большой удельный вес в молодежной прессе имеют материалы, затрагивающие секс и околосексуальные темы. Эти вопросы вызывают наибольший интерес подростка, поскольку именно в пубертатный период у человека формируются стереотипы общения с противоположным полом. На страницах журналов молодое поколение активно обсуждает проблемы свободного секса, "ломку стереотипов" и толерантность к сексуальным девиациям.

В журнале "Хулиган" есть рубрика, рассказывающая читателям о новых порносайтах, раздел писем читателей, обсуждающих свои сексуальные проблемы. В популярном печатном издании "Fakeл", которое позиционирует себя как "журнал для думающей молодежи", содержится целый каталог статей на тему секса: "Папа, мама, я - веселая семья", "Семейный секс" и т.п. В журнале Молоток под рубрикой "Ну и ню" регулярно размещаются фотографии обнаженных юношей и девушек, в том числе несовершеннолетнего возраста[[51]](#footnote-51). За это детям обещано денежное вознаграждение. Кроме того, фотографии обнаженных читателей проходят конкурс, по итогам которого победителю присваивается титул "Ню месяца" и высылается приз.

В 2002 году Большое жюри Союза журналистов России на заседании коллегии под председательством М.А. Федотова констатировало, что журнал "Молоток", являясь, согласно заявлению о регистрации, изданием для молодежи, систематически публикует материалы, эксплуатирующие интерес детей и подростков к сексу. При этом были приняты во внимание как публикации, так и иллюстрации. Однако "Молоток" не был перерегистрирован как эротическое издание или закрыт. Представитель Министерства печати заявил, что журнал нарушает и Конвенцию о правах ребенка, и соответствующий закон, но он не нарушает ст.4 Закона о СМИ, предусматривающую случаи злоупотребления свободой СМИ.

Таким образом, под лозунгом свободы слова блокируются попытки защитить детей от непристойной информации. Происходит ранняя сексуализация детей, что провоцирует расторможенное поведение, которое может привести к серьезным психическим сдвигам. Упраздняются понятия "стыд", "нравственность", "мораль", а это, по мнению бывшего председателя Комитета Госдумы по делам женщин, семьи и молодежи А. Апариной, разрушительно влияет на психику, нравственное и духовное здоровье подрастающего поколения, неизбежно ведет к искажению личности подростка.

Супружество становится устаревшей формой сосуществования мужчины и женщины, и в качестве альтернативы подростку предлагается сексуальное партнерство, основанное не на принципах брака, а на идеях свободы от привязанностей и обязанностей. Молодого читателя ориентируют прежде всего на получение собственного удовольствия, на удовлетворение желаний, что невозможно при наличии семьи и особенно детей. Обо всех удовольствиях, большинство из которых станут запретными при создании семейного очага, и повествуется на страницах вышеупомянутых периодических изданий.

Не обходят СМИ стороной и актуальную тему наркотического бизнеса. По мнению прокуратуры Москвы, в некоторых молодежных изданиях зачастую публикуются материалы, содержащие открытую пропаганду потребления наркотиков. Через публикации в юношеское сознание внедряется миф о возможности полного избавления от наркотической зависимости, дается подробная информация о различных видах и свойствах психотропных и наркотических веществ, о местах их приобретения и сбыта.

Так в №9 журнала "Fakел" за 2003 год приводится список 15 наркосодержащих препаратов, которые продаются без рецепта либо без соблюдения норм рецептурного отпуска. А в № 9 за 2005 год напечатан материал "Сказки белого порошка", в котором говорится, что кокаин - самый богатый и элитарный наркотик, который в начале его употребления дает ощущение легкой искрящейся эйфории, вызывает желание общаться со всеми вокруг и делиться самым сокровенным. А в журнале "Молоток" (№ 10 за 2004 год) опубликованы материалы, где приводятся рекомендации по безопасному употреблению так называемых "тяжелых" наркотиков (опиатов). В этом же номере журнала даются ссылки на высказывания знаменитых людей, употреблявших или употребляющих наркотики для более полной реализации своих талантов и способностей.

Присутствует на страницах изданий и нецензурная лексика, прозрачно завуалированная изъятием одной буквы из слова. Впрочем, на допустимость применения нецензурной лексики и мата специально обращается внимание читателей. В журнале "Хулиган" герой интервью утверждает: "Если ты общаешься с русскими, то каждое второе слово обычно матерное". Подобные приемы и приобщение детей к нецензурным словам способствуют росту безграмотности и растормаживают психику подростка, поскольку матерная брань всегда была табуированной в русской культуре[[52]](#footnote-52).

Кроме того, нецензурную лексику можно отнести к проявлениям антиобщественного поведения, к чему, впрочем, и призывает подростковая пресса. В журнале "Хулиган" существует специальная рубрика "Дестрой", где читателям даются подробные советы, как уличные вывески превращать в нецензурные слова, как досадить прохожему, как измазать краской дверь соседки-старушки.

С одной стороны можно сделать вывод, что подростковые и молодежные СМИ формируют определенную субкультуру. Это не просто культура музыки, свободного секса и наркотиков. Это культура отрицания традиционных ценностей, ориентация на девиантное, порой преступное поведение, которое преподносится как норма. Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день российские молодежные и подростковые СМИ пропагандируют и осуществляют подмену ценностей и "шизофренизацию" молодежи.

С другой стороны пресса для детей и юношества является особым социальным институтом и выполняет по отношению к обществу определённые функции. В качестве главных выступают такие, как информационная, воспитательная, образовательная, познавательная и функция социализации. К этой группе можно отнести функцию общения, цель которой - создание особого информационного пространства для обмена мнениями между представителями юной аудитории.

Детская и юношеская журналистика - самостоятельная звено общей системы средств массовой информации. Она приобщает подрастающее поколение к интеллектуальному и духовному потенциалу общества, служит важным каналом передачи информации от старшего поколения к младшему и одновременно средством коммуникации, позволяющим детям общаться друг с другом. С её помощью юная аудитория познаёт мир[[53]](#footnote-53).

# Заключение

Современное общество можно охарактеризовать как информационное общество, главным богатством которого является информация. Объективной закономерностью развития такого общества стала интенсификация информационных процессов: возрастают скорости передачи сообщении; увеличивается объем передаваемой информации; ускоряется ее обработка.

Исследование показало, что средства массовой информации занимают огромное место в жизни отдельного человека и общества в целом. Телевидение, радио, печать, Интернет стали основными источниками информации, формирующими внутренний мир человека. Если всего столетие назад внутренний мир людей формировался на основе их личного общения, профессиональной деятельности, путешествий, то сегодня совсем не нужно быть очень активным человеком, чтобы узнать новости с другой стороны планеты, незачем выходить из дома для общения с людьми.

В ходе данного исследования мы выяснили, что молодежь почти ежедневно использует СМИ в качестве главного источника информации. Причем основным источником является телевидение. Однако все большее значение приобретает Интернет.

Процесс воспитания современной молодёжи представляет собой специально организованную деятельность, направленную на формирование определённых качеств человека под влиянием разнообразных факторов социальной жизни.

Особое беспокойство вызывает факт воздействия современных средств массовой информации на молодое поколение. То, что оно, это воздействие, сегодня во многом негативно, уже не оспаривает никто. Это подтверждается и существующими исследованиями и в целом ситуацией в обществе. Волна насилия, захлестнувшая общество, рост немотивированной агрессии, разрушение традиционных общечеловеческих ценностей, отсутствие у молодежи нравственных ориентиров, духовных лидеров, снижение порога чувствительности - все это не в последнюю очередь обусловлено современным состоянием средств массовой коммуникации.

Социальные, нравственные качества молодёжи формируются по образу и подобию всего того, что они слышат и видят, сознают и переживают, погружаясь в конкретную социально-культурную среду. Поэтому одной из острых проблем в России является нравственное и духовное воспитание молодёжи на фоне интенсивного развития средств массовой информации, которые, к нашему общему сожалению, не всегда представляют человеку лучшие образцы массовой культуры.

Ведущую позицию в развитие личности молодого человека занимают телевидение и современные компьютерные технологии. Поступающая с экранов информация представлена разнообразным спектром развлекательных и телевизионных передач, а так же проектов, телесериалов, кинофильмов всех имеющихся в современной киноиндустрии жанров.

Информационные потребности и тематические интересы молодежи зависят от содержания предлагаемой информации и от ситуативных социально - психологических факторов: таких, как популярность, злободневность, престижность определенных тем, лиц и явлений.

Педагоги и психологи нашей страны отмечают наличие воспитательного потенциала телепродукции, представляющего систему ценностных отношений с различными объектами и явлениями мира, такими как, человек, родина, природа, труд, семья, познание, любовь и соответствие их общечеловеческим ценностям, а так же характер и сила эмоционального воздействия на зрителей.

СМИ в условиях рынка утратили свои некогда важнейшие функции воспитания человека, формирования личности, просвещения. Сегодняшние СМИ - это бизнес, главная цель которого, извлечение прибыли. На пути к достижению этой цели используются все средства, позволяющие привлечь массовую аудиторию. Не поднимать человека в его лучших проявлениях, а удовлетворять его сиюминутные запросы, не гражданский институт, а сфера услуг - таким образом, сместился центр тяжести.

# Список использованной литературы

1. Антонян Ю.М., Еникеев М.И., Эминов В.Е. Психология преступника и расследования преступлений. М., 1996.

2. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2007.

3. Бароло Э. ТВ и компьютеры - угроза интеллекту / Бароло Э. // Литературная газета. 1983. - № 35.

4. Бахтин М.М. Работы 1920-х гг. - Киев, 1994.

5. Библер В.С. От наукоучения - к логике культуры. Два философских введения в XXI век. - М., 1991.

6. Брайант, Дженнингз. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. - Москва; Санкт-Петербург; Киев; Вильямс, 2004.

7. Виртуальная "личность" и реальное "я": проблема идентичности / А.Г. Осипова // Вопросы культурологи. - 2008. - № 1 (январь).

8. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник. СПб, 1999.

9. Гинзбург Э. Когда компьютер приносит беду / Элеонора Гинзбург // Обучение в России. - 2006. - № 11.

10. Гридчин М.М. Проблемы влияния информационных технологий на молодёжь / М.М. Гридчин // Власть. - 2007. - № 9.

11. Даль, В.И. Словарь живого великорусского языка / В.И. Даль. - СПб.: Норинт, 1998.

12. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895. "Российская газета". 2000, 28 сент. Указ президента РФ от 12 мая 2004 г. № 611 "О мерах по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации в сфере международного информационного обмена". "Российская газета", 26 мая 2004 г.

13. Dunkan B. Media Literacy Recource Guide. - Toronto: Ministry of Education of Ontario, Publications Branch, of Queen‘s Printer, 1989.

14. Зазнобина Л.С. Медиаобразование в школе, 1, 1999: Как же выжить в мире СМИ.

15. Запёкина Н.М. Современная досуговая периодика для детей: тематико-типологические черты / Н.М. Запёкина // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. - 2006. - № 2.

16. Золотов Е.А. Воздействие аудиовизуального насилия на подрастающее поколение России: историко-культурологический аспект / Электронный журнал "Знание. Понимание. Умение". 2008. № 4.

17. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2001.

18. Кастельс М. Галактика Интернет: (размышления об интернете, бизнесе и о-ве): пер. с англ. / М. Кастельс. Екатеринбург, 2005.

19. Лопатин В.Н. Информационная безопасность России: Человек. Общество. Государство. СПб., 2000.

20. Лотман Ю.М. Об искусстве.   - СПб, 1998.

21. Маньяковская И.Б. Виртуальная реальность / И.Б. Маньяковская, В.Д. Мотлевский // Культурология XX век. Энциклопедия. СПБ., 1998.

22. Мижериков, В.А. Психолого-педагогический словарь: для учителей и руководителей общеобразовательных учреждений / В.А. Мижериков. - Ростов-на-Дону, 1998.

23. Media Edication. - Paris: UNESKO, 1984.

24. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. Москва, 2005.

25. Мудрик А. Индивидуальная помощь в социальном воспитании // Новые ценности образования: Забота - поддержка - консультирование. М., 1996. Вып.6.

26. Новиков А. "Не дай мне, бог, сойти с ума…" // Народное образование / Новиков А. - 2005. - № 5.

27. ОСТ 29.127-2002. Издания книжные и журнальные для детей и подростков. Общие технические условия // Стандарты по издательскому делу. - М., 2004.

28. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. - М., 1996.

29. Панов С. "Интернет-зависимость": причины и последствия / С. Панов // Учитель. - 2007. - № 5.

30. Педагогика: Учебник / Под ред. Л.П. Крившенко. М., 2006.

31. Петров В.П. Интернет в мировом информационном пространстве / В.П. Петров, С.В. Петров // ОБЖ. - 2008. - № 8.

32. Разинов Ю.А. Интернет как событие культуры. Всероссийская научно-практическая конференция. http://www.conf. sstu.ru.

33. Рогозянский М.Э. Воспитательный потенциал телевидения: теоретические вопросы, осмысленные практиком / М.Э. Рогозянский // Образование и общество. - 2008. - № 2.

34. Российская педагогическая энциклопедия. М: Научное издательство "Большая Российская энциклопедия", 1993.

35. Сандалова К. Воспитание "Хулигана "Молотком": чему учат молодёжные журналы? / К. Сандалова // Москва. - 2006. - № 3.

36. Северина О. "Молотком" да по темечку / О. Северина // Российская Федерация сегодня. - 2006. - № 2.

37. Сидоров А. Насилие - вон с экрана! // Труд. 2003. № 78.

38. Тарасов К.А. Насилие в фильмах: катарсис или мимесис? Российская наука: "Природой здесь нам суждено…" Под ред. акад.В.П. Скулачева; М., 2003.

39. Типология периодической печати: Учеб. Пособие для студентов вузов / М.Е. Аникина, В.В. Баранов, О.А. Воронова и др.; Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. - М., 2007.

40. Feilitzen C. Media Education. Children and Media: UNESCO & NORDICOM, 1999.

41. Фёдоров А.В. Отношение учащихся к насилию на экране, причины и следствия их контакта с экранным насилием / А.В. Фёдоров // Педагогическая диагностика. - 2007. - № 4.

42. Федоров А.В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране. Таганрог, 2004.

43. Флиер А.Я. Культура как виртуальная реальность / А.Я. Флиер // Обсерватория культуры. 2006. № 2.

44. Ээльма Ю. Компьютерные игры: детская забава или педагогическая проблема? // Директор школы. - 2003. - № 9.

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2007. С. 56. [↑](#footnote-ref-1)
2. Бароло Э. ТВ и компьютеры – угроза интеллекту / Бароло Э. // Литературная газета. 1983. - № 35. С. 15. [↑](#footnote-ref-2)
3. Новиков А. «Не дай мне, бог, сойти с ума…» // Народное образование / Новиков А. – 2005. - № 5. С. 238. [↑](#footnote-ref-3)
4. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. -2-е изд. – Москва: Академический проект, 2005. – С. 10. [↑](#footnote-ref-4)
5. Бахтин М.М. Работы 1920-х гг. — Киев, 1994. — С. 99. [↑](#footnote-ref-5)
6. Лотман Ю.М. Об искусстве. — СПб, 1998. — С. 67. [↑](#footnote-ref-6)
7. Библер В.С. От наукоучения — к логике культуры. Два философских введения в XXI век. — М., 1991. — С. 3. [↑](#footnote-ref-7)
8. Там же. С. 8. [↑](#footnote-ref-8)
9. Брайант, Дженнингз. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – Москва; Санкт-Петербург; Киев; Вильямс, 2004. – С. 67. [↑](#footnote-ref-9)
10. Media Edication. — Paris: UNESKO, 1984. — С. 8. [↑](#footnote-ref-10)
11. Feilitzen C. Media Education. Children and Media: UNESCO & NORDICOM, 1999, pp. 24— 26. [↑](#footnote-ref-11)
12. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2001, p. 94. [↑](#footnote-ref-12)
13. Dunkan B. Media Literacy Recource Guide. — Toronto: Ministry of Education of Ontario, Publications Branch, of Queen‘s Printer, 1989, p. 7. [↑](#footnote-ref-13)
14. Брайант Дженнингз. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – Москва; Санкт-Петербург; Киев: Вильямс, 2004. – С. 145. [↑](#footnote-ref-14)
15. Фёдоров А. В. Отношение учащихся к насилию на экране, причины и следствия их клнтакта с экранным насилием / А. В. Фёдоров // Педагогическая диагностика. – 2007. - № 4. – С. 138. [↑](#footnote-ref-15)
16. Тарасов К.А. Насилие в фильмах: катарсис или мимесис? Российская наука: «Природой здесь нам суждено…» Под ред. акад.  В.П. Скулачева; М.: Октопус; «Природа». 2003. С.167 [↑](#footnote-ref-16)
17. Лопатин В.Н. Информационная безопасность России: Человек. Общество. Государство. СПб., 2000. С. 37. [↑](#footnote-ref-17)
18. Рогозянский М.Э. Воспитательный потенциал телевидения: теоретические вопросы, осмысленные практиком / М.Э. Рогозянский // Образование и общество. – 2008. - № 2. – С. 106. [↑](#footnote-ref-18)
19. Педагогика: Учебник / Под ред. Л.П. Крившенко. М.: ТК Велби, Изд-во «Проспект», 2006. С. 66. [↑](#footnote-ref-19)
20. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник. СПб.: Изд-во Михайлова, 1999. С. 3. [↑](#footnote-ref-20)
21. Мудрик А. Индивидуальная помощь в социальном воспитании // Новые ценности образования: Забота - поддержка - консультирование. М.: Инноватор, 1996. Вып.6. - С. 58. [↑](#footnote-ref-21)
22. Зазнобина Л. С. Медиаобразование в школе, 1, 1999: Как же выжить в мире СМИ. С. 14 [↑](#footnote-ref-22)
23. Рогозянский М. Э. Воспитательный потенциал телевидения: теоретические вопросы, осмысленные практиком / М. Э. Рогозянский // Образование и общество. – 2008. - № 2. – С. 108. [↑](#footnote-ref-23)
24. Сидоров А. Насилие — вон с экрана! // Труд. 2003. № 78. С. 6. [↑](#footnote-ref-24)
25. Российская педагогическая энциклопедия. М: Научное издательство "Большая Российская энциклопедия", 1993. С. 555. [↑](#footnote-ref-25)
26. Федоров А.В. Права ребенка и проблема насилия на российском экране. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. С. 6. [↑](#footnote-ref-26)
27. Золотов Е.А. Воздействие аудиовизуального насилия на подрастающее поколение России: историко-культурологический аспект / Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». 2008. № 4. [↑](#footnote-ref-27)
28. Разинов Ю.А. Интернет как событие культуры. Всероссийская научно-практическая конференция. http://www.conf.sstu.ru [↑](#footnote-ref-28)
29. Маньяковская И.Б. Виртуальная реальность / И.Б. Маньяковская, В.Д. Мотлевский // Культурология XX век. Энциклопедия. СПБ., 1998. С. 122. [↑](#footnote-ref-29)
30. Флиер А.Я. Культура как виртуальная реальность / А.Я. Флиер // Обсерватория культуры. 2006. № 2. С. 23. [↑](#footnote-ref-30)
31. Кастельс М. Галактика Интернет: (размышления об интернете, бизнесе и о-ве): пер. с англ. / М. Кастельс. Екатеринбург, 2005. С. 237. [↑](#footnote-ref-31)
32. Гридчин М.М. Проблемы влияния информационных технологий на молодёжь / М.М. Гридчин // Власть. – 2007. – № 9. – С. 37. [↑](#footnote-ref-32)
33. Петров В.П. Интернет в мировом информационном пространстве / В.П. Петров, С.В. Петров // ОБЖ. – 2008. - № 8. – С. 50. [↑](#footnote-ref-33)
34. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895. «Российская газета». 2000, 28 сент. Указ президента РФ от 12 мая 2004 г. № 611 «О мерах по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации в сфере международного информационного обмена». «Российская газета», 26 мая 2004 г. [↑](#footnote-ref-34)
35. Антонян Ю.М., Еникеев М.И., Эминов В.Е. Психология преступника и расследования преступлений. М., «Юристъ», 1996, стр. 67. [↑](#footnote-ref-35)
36. Панов С. «Интернет-зависимость»: причины и последствия / С. Панов // Учитель. – 2007. - № 5. – С. 65. [↑](#footnote-ref-36)
37. Панов С. «Интернет-зависимость»: причины и последствия / С. Панов // Учитель. – 2007. - № 5. – С. 63. [↑](#footnote-ref-37)
38. Виртуальная «личность» и реальное «я»:проблема идентичности / А.Г. Осипова // Вопросы культурологи. – 2008. - № 1(январь). – С. 16. [↑](#footnote-ref-38)
39. Ээльма Ю. Компьютерные игры: детская забава или педагогическая проблема? // Директор школы. – 2003. - № 9. – С. 37. [↑](#footnote-ref-39)
40. Гинзбург Э. Когда компьютер приносит беду / Элеонора Гинзбург // Обучение в России. – 2006. - № 11. – С. 61. [↑](#footnote-ref-40)
41. Панов С. «Интернет-зависимость»: причины и последствия / С. Панов // Учитель. – 2007. - № 5. – С. 65. [↑](#footnote-ref-41)
42. Даль, В.И. Словарь живого великорусского языка / В.И. Даль. – СПб.: Норинт, 1998. С. 36. [↑](#footnote-ref-42)
43. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азъ, 1996. С. 173. [↑](#footnote-ref-43)
44. Мижериков, В.А. Психолого-педагогический словарь: для учителей и руководителей общеобразовательных учреждений / В.А. Мижериков. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. С. 139. [↑](#footnote-ref-44)
45. Запёкина Н.М. Современная досуговая периодика для детей: тематико-типологические черты / Н.М. Запёкина // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2006. - № 2. – С. 11. [↑](#footnote-ref-45)
46. Типология периодической печати: Учеб. Пособие для студентов вузов / М.Е. Аникина, В.В. Баранов, О.А. Воронова и др.; Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 188. [↑](#footnote-ref-46)
47. ОСТ 29.127-2002. Издания книжные и журнальные для детей и подростков. Общие технические условия // Стандарты по издательскому делу. – М., 2004. – C. 483. [↑](#footnote-ref-47)
48. Запёкина Н.М. Современная досуговая периодика для детей: тематико-типологические черты / Н.М. Запёкина // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2006. - № 2. – С. 12. [↑](#footnote-ref-48)
49. Запёкина Н.М. Современная досуговая периодика для детей: тематико-типологические черты / Н.М. Запёкина // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2006. - № 2. – С. 12. [↑](#footnote-ref-49)
50. Сандалова К. Воспитание «Хулигана «Молотком»: чему учат молодёжные журналы? / К. Сандалова // Москва. – 2006. - № 3. – С. 164. [↑](#footnote-ref-50)
51. Северина О. «Молотком» да по темечку / О. Северина // Российская Федерация сегодня. – 2006. - № 2. – С. 35. [↑](#footnote-ref-51)
52. Сандалова К. Воспитание «Хулигана» «Молотком»: чему учат молодёжные журналы? / К. Сандалова // Москва. – 2006. - № 3. – С. 167. [↑](#footnote-ref-52)
53. Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / М.Е. Аникина, В.В. Баранов, О.А. Воронова и др.; Под ред. М.В. Шкондина, Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – С. 188. [↑](#footnote-ref-53)