Содержание

Введение

. Теоретические аспекты проблемы. Роль средств массовой информации в культурном самоопределении подростка

.1 Средства массовой информации. Понятие. Функции. Исторический аспект

.2 Социально-педагогические возможности СМИ. Их влияние на культурное самоопределение подростка

.3 Культурное самоопределение подростка. Современные исследования

. Исследовательская работа

.1 Анализ деятельности педагогического коллектива муниципального общеобразовательного учреждения средней общей школы №2 г. Благовещенска и муниципального общеобразовательного учреждения средней общей школы №2 с. Пояркова

.2 Моделирование и апробирование программы "Я и СМИ"

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Современный человек не может представить свою жизнь без газет, журналов, радио и телевидения, которые оперативно рассказывает о важнейших событиях в мире, стране. Все это оставляет отпечаток не только на взрослых, сколько на подростках так, как они более восприимчивы к тем фактам, которые предлагает нам информационный мир.

Процесс культурного самоопределения важнейшее, многоплановое явление в жизни человечества, в ходе которого происходит формирование поколения будущего.

Известно, что на самоопределение личности подростка, его неизменную позицию оказывают влияние многие социализирующие факторы, в том числе и средства массовой информации (СМИ) без которой современный мир не мыслим.

Во многих случаях СМИ становятся совоспитателями подрастающего поколения, важным фактором формирования мировоззрения, ценностей, которые не всегда отвечают нравственным нормам общества.

Особую тревогу вызывает состояние психического здоровья населения. Хронические депрессии, негативное мышление лишают человека адекватно мыслить, принимать верные решения. Психологи вынуждены констатировать тот факт, что наибольший урон психическому здоровью наносят телевидение, современные журналы и другие информационные носители.

СМИ ежедневно обрушивают на ребенка яркие описания агрессивных ситуаций, под воздействием которых формируется страх, установка, что "Я всё могу, мне все дозволено".

Самоопределение человека под воздействием СМИ имеет как положительный, так и отрицательный вектор, учеными и специалистами многих стран ставится вопрос необходимости развития информационной экологии, формирующей здоровый информационный образ жизни людей в социальной и природной среде, помогающей создавать ориентиры воспитания для подростков. Так, международное право предусматривает возможность ограничения свободы слова в том, случае, когда деятельность СМИ угрожает правам и законным интересам детей.

Федеральный Закон РФ "Об основных гарантиях прав ребенка в РФ" предусматривает защиту прав ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от распространения печатной, аудио и видео продукции, пропагандирующей насилие и жесткость, порнографию, антиобщественное поведение.

Помимо отрицательного воздействия СМИ на подростка, возникает опасность оторванности его от реальной жизни, находящегося в компьютерной виртуальной реальности. СМИ создало, совершено новую ситуацию в процессе формирования потребностей. Кино и телевидение практически безгранично развивают перед каждым зрителем познание мира, показывают самые различные стандарты жизни. В результате могут развиться потребности, которые совершено, не соотносятся с реальными возможностями. Однако мониторинг социологических исследований, проведенный центром социологии образования Российской Академии образования, показал, что учащиеся, регулярно пользуются компьютером, имеют более высокие оценки по информатике, математике, предметам естественнонаучного и гуманного цикла, а также значительно чаще посещают выставки, музеи, театры.

Самоопределение ребенка формируется по образу подобию того, что они видят, слышат, осознают, погружаясь в информационный мир. Создаваемые фильмы, интернет - сайты, часто идут в разрез с принятой мировым сообществом Конвенцией о правах ребенка.

Исследования доктора социологических наук Д.Н. Унадзе показал, что 12-14% аудитории обладают навыками адекватного восприятия информации. Социологические опросы (2003 г.) отмечают, что для подростков в наибольшей степени интересна информация, имеющая отношение к их духовному миру (50%), а 29% считают важным фундаментальные знания.

Данные исследований раскрывают влияние СМИ на формирование ценностных ориентаций подростка и их самоопределение. В связи с этим перестраивается досуговая, информационная сфера, изменяется и характеристики учебного процесса.

Специфика восприятия и освоения школьником информации в огромной степени зависит от той среды, того круга общения и того социально - культурного и духовного контекста, в которых происходит его взаимодействие с информационным каналом. Сам акт восприятия нередко сопровождается интенсивным межличностным общением по поводу воспринимаемого материала, что в значительной мере определяет механизм его усвоения. Так, например, опрос, проводимый ЮНПЕРСС, показал, что 75% подростков, регулярно получают информацию через СМИ и обсуждают ее со сверстниками или в кругу семьи. При правильном опыте общения взрослого с ребенком с помощью СМИ, с одной стороны, можно уберечь подрастающее поколение от вредных влияний медиа, с другой стороны сформировать у него критическое мышление и способность к исследовательскому анализу получаемой информации.

Французские ученые выдвинули проблему научить школьников критически воспринимать информацию, полученную из СМИ, научиться с помощью СМИ заниматься самообразованием, самоопределением. Национальный французский эксперимент "Активный юный зритель" призвал все воспитательное сообщество (семья, педагогический коллектив, социальных педагогов) к тому, что бы в своей воспитательной работе они учли роль, которую играет телевидение в повседневной жизни подростка и стремились так организовать свою педагогическую деятельность, чтобы научить юного зрителя адекватно воспринимать поступающую информацию из СМИ.

Российскими психологами Г.Б. Ананьевым, И.С. Кон, В.А Ядовым, доказано, что самоопределение личности обусловлено тем, что она ценит и к чему реально стремится. На основе выводов социологов (С.Б. Цымбаленко, А.В. Шарикова, С.Н. Щеглова) данных детского фонда ООН, творческого объединения ЮНПРЕСС, можно ранжировать время препровождения подростков, так, например, смотреть телевизор в среднем предпочитают 76,6% учащихся старших классов, проводить время со своими друзьями 67,4%, читать книги - 45,1%, читать газеты и журналы - 37,1%, играть в компьютерные игры - 21,3%, слушать радио - 15,3%, ходить в театр, на концерты, в музеи - 8,2%, путешествовать по компьютерной сети - 3,1%.

Приоритеты в выборе той или иной формы досуга не совпадают у жителей мегаполиса, небольшого города или села, но телевидение у всех на первом месте.

Желание воздействовать сегодня остается присущим многим российским СМИ, воздействие чревато порождением такого варианта общения людей, при котором они часто не понимают друг друга. Предстоит осуществить переход к новому качеству общения, которому, безусловно, должны содействовать СМИ. Возможно, что это пока звучит нереалистично, но есть и некоторый позитивный побочный эффект от того, что происходит на телеэкране с нашим "желтым телевидением", как о нем недавно отозвался председатель Союза журналистов. Возрастает понимание людьми таких процессов как пропаганда, и когда ситуация выводится на уровень сознания, человек понемногу становится ее хозяином. Это все подчеркивает актуальность данной проблемы.

Учитывая актуальность проблемы, определили объект, предмет, цель, задачи, гипотезу.

Объект исследования - процесс становления культурного самоопределения подростков.

Предмет исследования - методы и формы по формированию культурного самоопределения подростка по средствам СМИ.

Цель исследования: определить, какую роль играет СМИ в культурном самоопределении подростка.

Задачи исследования:

. Изучить научную, педагогическую, психологическую литературу по проблеме.

. Проанализировать работу педагогического коллектива Поярковской МОУ СПОШ №2 по культурному самоопределению подростка.

. Разработать и опробировать программу "Я и СМИ".

Гипотеза исследования: СМИ окажет положительное влияние на культурное самоопределение подростков если:

 Педагогический коллектив своевременно изучит отношение детей к СМИ, и определить методы по приобщению детей к СМИ.

 Родители будут заинтересованы в создании условий для общения детей с СМИ.

1. Теоретические аспекты проблемы. Роль средств массовой информации в культурном самоопределении подростка

.1 Средства массовой информации. Понятие. Функции. Исторический аспект

Средства массовой информации подразделяются на визуальные (периодическая печать), аудиальные (радио), аудиовизуальные (телевидение, документальное кино). Несмотря на все различия между ними, СМИ объединяются в одну систему коммуникации благодаря общности функции и особой структуре коммуникационного процесса.

СМИ - это:

 понятие, объединяющее все каналы доведения информации до широкой общественности (прессы, книжные издательства, агентства печати, радио, телевидение и т.д.);

 социальные институты, обеспечивающие сбор, обработку, и распространение информации в массовом масштабе;

 учреждения, созданные для открытой, публичной передачи с помощью специального технического инструментария различных сведений любым лицом.

К основным видам СМИ относятся:

 Радио - акустическое, словесно-звуковое воздействие;

 Печать - словесное и графическое воздействие;

 Кино - художественно - образное воздействие;

 Телевидение - интегрированное акустическое и художественно - творческое воздействие;

 Компьютерные технологии (интернет) - оперативное самостоятельно - творческое взаимодействие потребителя с информационными потоками с использованием возможностей словесного, акустического, художественно - творческого и другого воздействия.

В любом современном обществе в той или иной форме выполняется ряд общих функций.

Основные функции:

Информационная (сообщение о положении дел, разного рода фактов и событиях);

Комментарийно-оценочную (часто изложение сопровождается комментарием к ним, их анализом и оценкой);

Познавательно-просветительскую (передовая многообразную культурную, историческую, научную информацию, СМИ способствует пополнению фонда знаний своих читателей, слушателей, зрителей);

Функцию воздействия (СМИ не случайно называют четвертой властью; их влияние на взгляды и поведение людей достаточно очевидно, особенно в период так называемых инверсионных изменений общества или во время проведения массовых социально-политических акций, например, в ходе всеобщих выборов главы государства);

Гедоническую (речь здесь идет о развлекательной информации, но и о том, что любая информация воспринимается с большим положительным эффектом, когда сам способ передачи вызывает чувство удовольствия, отвечает потребностям адресата);

Художественно-продуктивная (распространение произведений особого рода искусства - рекламы, телешоу, радиодрамы, телефильмов), при этом имеет место доставка информации на дом в оригинале.

Историю СМИ можно пронаблюдать еще с самых древних лет. Некоторые рисунки свидетельствуют о появлении у человека потребности выразить себя графически и, это предшествует возникновению идеологического письма в собственном смысле слова.

Первые опыты книгопечатания были предприняты в Китае в середине 11 в. Би Шэном. Новый период в истории книги связан с И. Рутенбергом, изобретателем европейского способа книгопечатания (сер. 15 в.). В Московской Руси первая русская печатная датированная книга "Апостол" (1564 г.) была выпущена И. Федоровым и П. Мстиславцем.

Развитие периодической печати в России начиналось с издания рукописных известий под названием "Вестовые письма" (1621 г.). Начало XIX в. - оживление газетного дела.

Термин "журнал" произошел от французкого слова "jornal" - дневник, газета. Родоначальником журнала является "Журналь де саван" - первый номер, которого вышел во Франции 5 января 1665 г. Он содержал обозрение книг по литературе, философии, естествознании. В истории русской журналистики период 1702-1709 время становления и развития государственной печати.

Изобретение радио относится к 1886-1895 гг. У истоков радио стояли немецкий ученый Г. Герц, российский ученый А.С. Попов, английский ученый У. Крукс, итальянский изобретатель Г. Маркони. Регулярные передачи по радио звуковых программ началось в 1920г. в США, в России - в 1924 г. Широкое распространение в ряде стран получило многопрограммное проводное вещание.

Телевидение родилось в начале 20 в. Практическое освоение началось в 1930 г. после изобретения передающей телевизионной трубки телескопа. В начале 1950 г. в США и в России были изобретены системы цветного телевидения электрического типа. В конце 1980 разработана система телевидения высшей точности. СМИ существует с древнейших времен и выполняет важнейшие функции в нашей жизни, которые позволяют со всей полнотой овладевать новой и качественной (не во всех случаях) информацией. Выполняет досуговую деятельность, позволяет отдохнуть и с интересом провести свой досуг. На современном этапе развития СМИ претерпевают существенные изменения вследствие распространения кабельного телевидения и радио, а так же индивидуальных средств накопления и печатания информации (дискет, кассет, дисков).

1.2 Социально-педагогические возможности СМИ. Их влияние на культурное самоопределение подростка

Большую роль в формировании личности в молодые годы играет СМИ и особенно телевидение. В силу возрастных особенностей дети живо впитывают то, что им дается извне. Особо чувствительно, если это из достаточно авторитетного источника и из уст известных или узнаваемых фигур. Мы будем, говорит не о влиянии конкретного человека или программы, а о роли СМИ.

Исследование воздействия СМИ на личность и группу потребителей осуществляется психологией и педагогикой. Психология изучает в большей степени механизмы влияния на аудиторию, а педагогика способы достижения прогнозируемого влияния в том числе: пути, методы и средства информационного воздействия, а также условия, эффективность использования различных программ.

Существует выражение педагогика СМИ, под этим подразумевается теория и практика исследования и использование педагогических возможностей для обеспечения направленного влияния на человека, группу.

При воздействии СМИ на аудиторию применяются определенные концептуальные подходы. В основе их лежат соответствующие теории, позволяющие понять и объяснить механизмы влияния на личность, группу и их последствия. К таким теориям относятся:

 Теория унифицированных последствий воздействия массовых коммуникаций. Согласно теории, люди в современном обществе воспринимают СМИ одинаково, то есть у них очень похожие реакции. Предрасположенность к агрессии, например, телевизионная программа с элементами насилия может усилить насильственные тенденции, уже существующие у соответствующей части зрителей.

Тот факт, что эффекты телевидения не являются единообразными, не снижает их значимости. К примеру, если какая то программа оказывает определенное воздействие всего на 0,1% зрителей, но при этом аудитория составляет 40 млн. человек, то это влияние распространяется на 4 тыс. человек.

 Теория социального научения (Альфред Бандура и его коллеги). В его основе, лежит утверждение того, что усвоение модели поведение человека происходит по примеру поведения окружающих. В этом отношении СМИ, демонстрирует примеры, становятся источником научения. Для того чтобы происходило социальное научение человека, необходимо:

1. наличие примера;

. запоминание модели поведения;

. осмысление действий;

. мотивация;

. реализация модели поведения.

 Теория культивирования (постепенное формирование образа жизни) (Джордж Гербнер и его коллеги). На протяжении продолжительного времени способствует постепенному изменению у потребителей об информируемом явлении, процессе реальности. Такое явление способствует формированию у аудитории определенных позиций, взглядов в соответствии с информацией созданной на телеэкране. Эта теория находит активное применение в процессе решения определенных политических задач, проведение предвыборных кампаний и пр.

 Теория социализации (теория социального развития). При продолжительном воздействии СМИ на потребителей, они становятся источником знаний о мире. Современные дети нередко от 2-4 часов проводят около телевизора, что делает его важным элементом социального развития. С помощью телевидения ни узнают о мире взрослых их поведении, начинают исполнять социальные роли, присущие взрослым. Неслучайно именно на детях в большей степени видна позитивная и негативная роль СМИ.

 Теория исполнения и удовлетворения. СМИ могут существовать только тогда, когда у них есть зритель. Одновременно психология пользователя СМИ такова, что человек в большей степени обращаются только к тем из них: которые удовлетворяют их интересы, потребности, желания; которые максимально захватывали бы зрителя сюжетом, информацией, содержанием, формой подачи; заставляли его переживать, вызывали потребность быть в более тесном взаимодействии и т.д.

Таким образом, формируется аудитория, на которую ориентируется канал.

В СМИ используются определенные методы подготовки и реализации программ воздействия на личность. При этом учитывается аудитория, на которую они рассчитаны, время реализации психологии потребителей предлагаемых программ. В зависимости от передачи, определяется наиболее целесообразные методы. К ним относятся:

Информационный метод активно используется при подготовке реклам. Направлен на информирование зрителей о том или ином событии, человеке, явлении;

Эмоциональный метод. Важность эмоциональной составляет при формировании установок личности, как правило, совместно с другими методами, усиливает их влияние на аудиторию;

Патриотический метод. В основе лежит воздействие на патриотические чувства аудитории. Применение в рекламных целях, при проведении политических акций, выполнение определенных социальных заказов для побуждения людей на определенные методы;

Метод пробуждения страха. Наиболее эффективный метод, основанный на интересе людей к своему здоровью, благополучию своему и своих близких. Воздействует на эмоции человека. Метод широко используется в рекламных целях, при проведении различных политических акций и кампаний.

Метод создания достижений, ситуаций успеха. Человек чувствует удовлетворение, когда он ощущает свою правоту, добивается каких - либо результатов в своей деятельности в настоящее время и в прошлом. Широко используется метод при организации различных игр, викторин, конкурсов.

Юмористический метод. Юмор достаточно легко и быстро захватывает аудиторию своей простотой, доступностью. Метод широко используется при подготовке различных программ, в том числе развлекательных.

Специальные методы (приемы). Основаны на психологических эффектах. Имеют особое назначение и порой могут серьезно влиять на психику человека.

Подобные приемы в настоящие время, используют создатели видеоклипов, рекламщики, и авторы ужастиков. Поэтому способу строятся многие лекции, проповеди или телевизионные публицистические передачи, ток-шоу.

Британские специалисты провели исследования психологического состояния трех групп людей, которым предлагали послушать или просмотреть репортажи соответственно - негативного, положительного или нейтрального уровня. Поведение всех без исключения участников первой группы характеризовалось повышением беспокойства, депрессивным состоянием или просто откровенным страхом. Ученые предложили участникам эксперимента перечислить все, что их заботит, то у "негативистов" проблем набралось гораздо больше, чем у остальных.

СМИ имеют и положительные и отрицательные стороны, которые необходимо учитывать социальному педагогу.

Таблица 1

|  |  |
| --- | --- |
| Положительные стороны | Отрицательные стороны |
| Массовость  | Однообразие мышления, и в ощущениях |
| Получение знаний о мире | Иллюзия знаний |
| Скорость передачи информации | Нарушение внутреннего ритма, выработка автоматизма |
| Проживание определенного жизненного опыта | Превалирование эмоций, отключение разума |
| Просмотр большого количества фильмов | Привитие плохого вкуса к различным видам искусства |
| Спокойная (домашняя) обстановка пользования | Иллюзия одиночества |

Получение информации есть естественный социального развития личности. В процессе социального развития человека формируются информационные потребности. Под их воздействием формируется характер взаимодействия человека со СМИ. Они выступают одним из факторов социальной активности и самореализации.

Культурное самоопределение - человека в процессе социализации под влиянием СМИ идет в различных аспектах. В последнее время набирает силу тенденция превращения СМИ в сферу самореализации человека. К существующей переписке читателей с газетами и журналами добавились передачи радио и телевидения с прямым участием слушателей и зрителей. Развитие электронных систем породило совершенно новый вид коммуникации определения - взаимодействие человека с определенными интересующими его по тем или иным причинам партнерами, которое позволяет ему найти единомышленников и выразить себя в общении с ними.

Коме того, у человека, находящегося в компьютерной виртуальной реальности, создается впечатление, что он непосредственно участвует в им же порожденных событиях. Что именно он главный участник событий. Это создает, совершено новые возможности для культурного самоопределения и может вести к тем или иным самоизменениям у детей, юношей.

Педагогически целенаправленное использование возможностей СМИ позволит формировать у подростков информационно - педагогическую культуру и культурное самоопределение. Все это будет проявляться в отношении подростка к различным видам СМИ, их содержанию и качеству информации, а так же к их использованию в самообразовании и самовоспитании.

Задача педагога - не обучать общению через СМИ, а наоборот - СМИ должно стать для ребенка средством общения. Для этого требуется определенная культура, нравственная установка, закладываемая еще со школы.

Ребенок зависит от социального одобрения. Услышав, увидев или прочитав новую информацию, он не знает, как к ней отнестись. Это говорит о, его социальной зрелости при этом педагог должен осуществлять скрытое воздействие, чтобы "заинтересовать и убедить" ребенка в полезности этой информации для него.

Увеличение аудитории, которая адекватно воспринимает материалы СМИ - это вопрос повышения социальной зрелости всего общества. Это также проблема изменения традиционной российской ментальности, выражением которой остается сумма монологов, но не дает диалог. Умение работать с информацией предполагает способность разбираться в том, где в сообщениях проявляется установка, где в них фигурируют факты и где имеет место позиция. Надо учить распознавать эти вещи.

.3 Культурное самоопределение подростка. Современные исследования

Культура - это совокупность материальных и духовных ценностей,

создаваемых и созданных человечеством.

Самоопределение - это определение своего места в жизни, в обществе, осознание своих общественных, классовых, национальных интересов.

Соединяя два этих понятия, выведем значение культурного самоопределения - это процесс формирования личности своего отношения к материальным и духовным ценностям общества для лучшей интеграции в него; это составная часть целостного, жизненного самоопределения.

Для всего, что мы делаем, существуют определенные способы, которые усваиваются с молоком матери и становятся стереотипами, матрицами поведения. Надо сказать, что для разных эпох и народов эти культурные матрицы могут сильно разниться. Особенности культуры конкретного народа проявляются во всем, начиная от устройства младенческой колыбели и способа держать в руках ложку до сложных религиозных ритуалов и многоступенчатых производственных процессов.

Большое значение в культурном самоопределении играет СМИ, они несут различного рода информацию и стали системой с обратной связью, т.е. превратились в один из институтов социального управления. Истоки СМИ связаны с изучением социальных факторов, способствующих формирования социальных знаний и оценочных категорий.

Для изучения СМИ были выдвинуты следующие теории:

В начале ХХ в. были выдвинуты теории по изучению СМИ. Наиболее известная теория информационного общества, идущая из работ Д. Белла и З. Бжезинского. Средства информации рассматриваются в ней в качестве стимула и источника развития. В восьмидесятых годах ХХ в. под влиянием научно - технической революции "теория информационного общества" получает развитие. В ней производство, распределение и потребление информации рассматривается как преобладающая сфера экономической деятельности общества и придается излишне большое значение "информационному сектору" экономики.

Теория массового общества описывает и объясняет патологию общества; в ней социальные и личностные отношения развиваются с учетом возрастной роли масс в истории. В этой теории в центре внимания находится взаимодействие различных социальных институтов; СМИ интегрированы в эти институты. Эта теория особо выделяет роль СМИ в формировании общественного мнения. Одним из пионеров проблематики массового общества является Г. Блумер. Массу он характеризовал как спонтанно возникающую группировку. Его работы способствовали концептуализации определенной массовой коммуникации и создали методологическую предпосылку для установления теоретических ориентиров в исследовании массовой аудитории.

К разряду теорий, основанных на представлении о доминировании материально - экономического фактора, можно отнести концепции, ориентированные на классическое понимание роли СМИ. "Массовой" называют социальную структуру, которой человек нивелируется, становится близким элементом. В социально - экономической сфере массовое общество связывается с индустриализацией и урбанизацией, стандартизацией производства и массовым потребителем, в сфере коммуникации- с широким распространением различных СМК. Ч.Р. Миллс, Э. Фром, Д. Риисмен подвергают критике современное массовое общество за экономическое, политическое и социальное отчуждение, централизацию власти и упадок автономии промежуточных организаций, конформизм массового человека, распространение стандартизированной культуры.

Критическая теория общества представляет собой разновидность неомарксистского (в большей части - немарксистского) подхода к анализу социальных процессов. Она создавалась ведущими представителями Франкфуртской школы раннего периода (1930-е годы) в Институте социальных исследований во Франкфурте на Майне - М. Хоркхаймером, Г. Маркузе, Т. Адорно. Одна из важнейших тем исследований - манипулятивные функции СМИ и их роль в идеологизации общества. В более поздний период франкфуртцы сосредоточили внимание на изучении массовой культуры как продукта индустриального и постиндустриального общества и культурологического функционирования массовой коммуникации. В философской "критической теории общества" имела место попытка сочетать почерпнутые у Маркса элементы критического подхода к буржуазной культуре с идеями гегелевской диалектики и психоанализа З. Фрейда.

Теория гегемонии массовой коммуникации - система положений, раскрывающих господствующую роль СМИ в обществе, их возможности оказывать непосредственное и опосредованное воздействие на сознание и поведение людей. Основой для разработки данной теории явилось положение критической теории о СМИ как мощном механизме, способном организовать изменения в обществе. Представителями данной теории стали французский социолог - политолог греческого происхождения Н. Пулантзас и французский философ Л. Альтюссер. Рассматриваются различные формы отображения значимой для общества информации, а также механизмы, обеспечивающие формирование сознания масс и укрепление теоретических постулатов.

Советская социологическая школа разрабатывала теорию массовой коммуникации как вида социального общения. Одним из ее постулатов является положение, согласно которому массовая коммуникация реализуется лишь тогда, когда люди обладают выраженной общностью социальных чувств и общим социальным опытом. Наряду с изучением духовной деятельности и общественного мнения, большое внимание уделялось идеологической пропаганде. Наиболее существенные исследования социального аспекта массовой коммуникации были проведены под руководством Б.А. Грушина - изучалось влияние СМИ на формирование массового сознания и общественного мнения. Под руководством Б.М. Фирсова были проведены исследования главным образом на материале телевидения.

Структурно - функциональные направления превратились в стройную теорию благодаря Т. Парсону и Р. Мертону. Согласно Р. Мертону все действия в обществе обусловлены его потребностями. Идеологические факторы при этом не рассматриваются, а СМИ были представлены им как самоорганизующаяся и самоконтролируемая подсистема, функционирующая в пределах установленных политических рамок. Согласно Парсону, каждая социальная система имеет предпосылки адаптации, целедостижения, интеграции, воспроизводства и сохранения структуры. Еще Г. Спенсер считал, что каждая часть структуры может существовать только в рамках целостности. Общество с точки зрения структурных функционалистов, складывается из множества индивидов, их социальных связей, взаимоотношений и отношений.

Современный социокультурологический подход к пониманию и роли СМИ разрабатывается с позиции интереса к человеческой личности, ее духовных и социальных потребностей. Но Д. Мартиндейл, Д. Белл, Э. Шилс, анализируя социальные культурные институты, утверждают, что под влиянием массового производства и потребления, СМИ происходит процесс становления однородности общества.

2. Исследовательская работа

.1 Анализ деятельности педагогического коллектива муниципального общеобразовательного учреждения средней общей школы №2 г. Благовещенска и муниципального общеобразовательного учреждения средней общей школы №2 с. Пояркова

Исследовательская работа проводилась на базе муниципального общеобразовательного учреждения средней общей школы №2 с. Пояркова и школы №2 г. Благовещенска.

Исследовательская работа проводилась в три этапа: констатирующий, формирующий, контрольный.

На констатирующем - предстояло изучить: работу педагогического коллектива по формированию культурного самоопределения подростка по средствам СМИ, и определить особенности ценностных ориентаций учащихся к жизни, к людям, к себе; интересы и отношения к СМИ.

На формирующем - предстояло расширить знания подростков в СМИ; развивать умения находить информацию и использовать ее в самоопределении.

На контрольном - предстояло выявить успешность проведенной работы.

Для выполнения практической задачи исследования, использовали следующие методы: наблюдение, анализ документации, беседы, сравнение, классные часы.

При посещении школ отметили, что они начинаются с информационных стендов, сделанных учениками совместно с педагогами. На стендах отражена информация о вреде наркотиков, алкоголе, помещены статьи из газет разной тематики направленности. Материал стендов систематизируется, обновляется.

В обоих образовательных учреждениях присутствует такой орган как редколлегия, который состоит из представителей 5-11 классов. Редколлегия занимается выпуском тематических газет, бюллетеней, молний на различные темы (победа на олимпиаде, в конкурсе, спорте).

В ходе исследовательской работы была изучена документация педагогических коллективов по приобщению детей к СМИ.

Работая с документацией в МОУ СОШ №2 г. Благовещенска, выяснили, что в школе создан "Совет СМИ", который работает на основе общего положения, включающего в себя состав совета и условия вступления в него, план работы (Приложение 2). Деятельность "Совета СМИ" заключается в освещении мероприятий, организация конкурсов и плакатов, оформительской работе: концертов, вечеров, праздников. Основную работу в "Совете СМИ" проводят дети, но педагогический коллектив оказывает помощь, а координирует деятельность "Совета СМИ", родитель - корреспондент газеты "Самовар" - это придает значимость "Совету СМИ" и знакомит детей с профессией корреспондента.

Из анализа документации МОУ СОШ №2 с. Пояркова выяснили, что в работе школы не делается акцент на данную проблему, работа ведется от случая к случаю и в основном на уроках.

В образовательных учреждениях при решении воспитательных задач педагогическими коллективами используются различная периодика, начиная с журналов (Гео, Всеобуч, Наука, Классный руководитель), и заканчивая общей периодической печатью (Комсомольская правда, Амурская правда, Моя Мадонна и т.д.), и интернет. При подготовке к урокам, мероприятиям некоторые учителя используют возможности персонального компьютера и мультимедиа.

Анализируя работу двух образовательных учреждений, можно сделать вывод, что в городской школе педагогический коллектив работает по различным направлениям, включая влияние СМИ на подростка, а в школе с. Пояркова так же работают в различных направлениях, но недостаточно используют СМИ в воспитательном процессе.

Таким образом, сравнивая деятельность педагогических коллективов по формированию культурного самоопределения подростков, по средствам СМИ, пришли к выводу, что школа г. Благовещенска более серьезно относится к решению данной проблемы и использует разнообразные формы и методы - это редколлегия, "Совет СМИ", стенды, плакаты, конкурсы, диспуты, беседы о возможностях новых технологий, а сельская школа, проявляя заботу о культурном самоопределении подростков, использует в основном традиционные методы: - классные часы, беседы, выпуск газет к праздникам.

Анализируя социальные паспорта школ, выяснили, что в 7ª классе МОУ СОШ №2 г. Благовещенска учится 29 человек - 13 девочек, 16 мальчиков; 6ª МОУ СОШ №2 с. Пояркова 19 человек - 8 девочек, 11 мальчиков.

Сравнивая два класса можно сделать вывод, что в сельской школе классы меньше по наполняемости, что дает возможность детям лучше усваивать материал, а педагогам дойти до каждого ребенка.

В начале было проведено анкетирование "Мои интересы в СМИ" по методике Селиверстовой Т.Л. (Приложение 3), (см. рис. 1). Цель: проанализировать интересы подростков к разнообразию СМИ.



Рис. 1. Мои интересы в СМИ

Результаты анкетирования показали, что приоритетным для детей является просмотр ТВ. Из периодической печати дети выбирают - Все звезды; Космополитан; Браво; Молоток; Yes; Ралли; Жизнь. Таким образом, предпочтения подростков в выборе СМИ обусловлены их интересами, взглядами, увлечениями.

Методика "Рейтинг телевизионных передач и кинофильмов" Собкин В.С. была предложена с целью выявления актуальных передач и кинофильмов (Приложение 4).

Анализ результатов показал следующее. Учащиеся из предложенных видов передач на первое место мальчики ставят спорт, развлекательные шоу; девочки поставили: развлекательные шоу, музыка (см. рис. 2).



Рис. 2

На последнее место, мальчики вынесли: экологическое шоу, научно-популярные, музыку.

Девочки вынесли: научно-популярные, новости, экологические (см. рис. 3).



Рис. 3

Из жанров кинофильмов на первое место мальчики поставили: боевики, триллеры, комедии; девочки поставили: фантастика, приключения, комедии (см. рис. 4).



Рис. 4

На последнее место мальчики вынесли: мелодрамы, эротика; девочки вынесли: боевики, триллеры (см. рис. 5).



Рис. 5

Таким образом, учитывая направление интересов подростков в ранжировании передач и кинофильмов можно сказать, что интересы детей различны и зависят от возраста и пола.

С целью определения ценностных ориентаций учащихся, была предложена методика М. Рокича (Приложение 5).

Проанализировав ответы, отметили, что для детей на данный период важно: здоровье, счастливая семейная жизнь, интересная работа, активная жизнь (см. рис. 6).



Рис. 6. Методика ценностных ориентаций

подросток самоопределение массовый информация

На последнее место дети вынесли: любовь - 20,4%, познание - 11,7%, равенство - 11,7%, признание - 23,5%, материальное обеспечение - 11,7%, творчество - 11,7%, верные друзья - 5,8%, свобода поступка - 5,8%, спокойная обстановка в стране - 5,8% (см. рис. 12)

Таким образом, под воздействием СМИ у подростков сформировались установки, дети осознают, что "мое счастье зависит от меня", это говорит о том, что дети понимают, что все зависит от них самих, а не от кого-то другого. Они вершители своей судьбы.

Учитывая большую роль семьи на формирование культурного самоопределения, была проведена анкета "Роль СМИ в нашей семье" (Приложение 6).

Анализ результатов показал, что большинство детей проводят свободное время возле телевизора: 16 семей просматривают кинофильмы и передачи вместе с детьми; обсуждение просмотренного проводится в 10 семьях; в 9 семьях смысл просмотренного не затрагивается.

Все семьи имеют подписку на периодическую печать: Михайловский вестник, Комсомольская правда, Амурская правда, Будуар и т.д.

В настоящее время стало тенденцией использования компьютерных технологий при подготовке домашнего задания.

Таким образом, в ходе исследования выяснили, что в жизни детей СМИ имеет большое значение по формированию ценностей и нравственных установок.

Так же было проведено анкетирование для родителей "Семья и СМИ" по методике Селиверстовой Т.Л. (Приложение 7).

Результаты показали, что все родители следят за обучением детей, и при совместном просмотре телевизора они учитывают мнение ребенка в перечне передач.

Таким образом, можно сделать вывод родители следят за тем, чем интересуются ребенок, но они не могли ответить, что читают их дети, и почти совсем не обсуждают с детьми прочитанные газеты.

При проведении констатирующего этапа выяснили, что дети школы с. Пояркова читают газеты, смотрят телевизор бесконтрольно и поэтому многие дети не всегда разборчивы к получаемой информации из СМИ.

2.2 Моделирование и апробирование программы "Я и СМИ"

На формирующем этапе была реализована программа "Я и СМИ" (Приложение 1).

С детьми была проведена беседа "Газеты. Определяют ли они наши взгляды" (Приложение 8).

С самого начала учащиеся заинтересовались историей создания газет. Классу было дано предварительное задание принести газеты для анализа их содержания, структуры. Анализируя с детьми газеты, принесли к заключению, что основу газет составляют новости, объявления, сообщения о трудоустройстве. Есть газеты, в которых содержится программа передач, письма читателей, кроссворды ("Моя Мадонна", "Спид-инфо").

В беседе участвовал весь класс, ребята приводили примеры, рассуждали. Почти все дети ответили, что СМИ влияют на наши ценности, и на самоопределение.

В ходе беседы классу было дано творческое задание: разработать эскиз газеты, название и рубрики статей. Учащиеся были разделены на микрогруппы.

Ученики работали с энтузиазмом; были задействованы все члены микрогрупп. Названия газет были следующие: "Школьные новости", "Я и компьютер", "Спортивны вестник", а рубрики включали такие названия, как "Проба пера", "Наш юмор", "Компьютерные игры", "Возможности Интернета", "Лучшие спортсмены", "Спортивные новости", "Достижения года".

Анализируя деятельность детей можно отметить, что при разработке эскизов газет подростки делали акцент на то, что их интересует. Но ни одной рубрики не было о совершенном положительном поступке, примеры из жизни героев ВОВ, так как это был канун перед праздником "Дня победы".

При подведении итога беседы был задан вопрос: Как проверить достоверность информации в газете?

Учащимися были предложены различные способы:

1. Спросить у знающих людей.

2. Проверить по другому источнику и т.д.

Что бы показать значение СМИ по формированию культурного самоопределения подростка, учащимися были выделены положительные и отрицательные стороны СМИ.

Таблица 2

|  |  |
| --- | --- |
| Положительные стороны | Отрицательные стороны |
| - информирование о событиях - предоставление большого количества информации по различным вопросам | - очень много статей о криминале, насилии, жестокости Информация может быть не достоверной  |

В результате чего можно отметить, что дети и взрослые отвергают сообщения о жесткости и насилии.

Проводя классный час "Что ты выбираешь?". Целью, которого выявление направленности интересов у детей [Приложение 9].

В начале классного часа ученикам было предложено представить такую ситуацию, что родители дали им 500 рублей и список вариантов, на что они могут их потратить: кино, театр; книги и журналы; положить в копилку; сходить на дискотеку. При выборе того или иного пункта дети должны были аргументировать выбранный пункт.

Двое выбрали - книги и журналы, аргументировав, что при прочтении их они узнают, что-то новое и интересное; 7 человек - выбрали посещение дискотеку, сказав, что это дает возможность отвлечься от школы и встретиться с друзьями в неформальной обстановке; 10 человек решили положить деньги в копилку, чтобы в следующей раз добавить и купить вещь, которая нравиться (компьютерные игры, новые фильмы, хорошие джинсы); никто не выбрал пункт кино и театр так, как в поселке нет возможности их посещать.

Анализируя классный час можно отметить, что чем бы дети ни занимались, они опираются на свои увлечения, интересы.

Детям было предложено провести круглый стол "Мои ценности" (Приложение 12).

В начале мы выделили ценности актуальные для детей: семейное счастье, здоровье, дружба, интересная жизнь и т.д.

Рассуждая о дружбе, дети отмечали, что в ней главное - это уважение, понимание, вера, прочность, способность сопереживать.

Для подтверждения правильности их суждений были оглашены мудрые высказывания о дружбе: "Непонимание делает из друзей врагов" Л. Фейхтвангер; "лучший способ сохранить своих друзей - не предавать их" У. Мизнер и т.д.

Затем мы вспомнили вместе с детьми пословицы о дружбе: "Старый друг - лучше новых двух", "Нет друга - ищи, а нашел, береги", "Дерево держится корнями, а человек друзьями" и т.д.

Заранее договорившись с детьми, что они сделают анализ статей, которые они чаще всего читают. Делая общий анализ предложенных статей, сделали вывод, что они раскрывают о жизни звезд, о новинках моды, новых сотовых телефонах, марках машин, но не было отмечено статей, которые рассказывали бы о человеческих взаимоотношениях, трудностях, ценностях, подвигах.

Можно сделать вывод, что дети читают периодическую печать, но у них превалирует издания развлекательной направленности, что связано с их возрастными особенностями. Дети находится в переходном возрасте и их интересы часто меняются.

Поводя мозговой штурм "Культурный словарик". Детям было предложено записать на доске слова, часто встречающиеся в газетах и на телевидении. Этот список составили: право, ответственность, любовь, ненависть, жизнь, счастье, оружие, машины и т.д.

Дети писали слова относительно того, что чаще читают и видят, слышат и это составляет не только их культурный словарный запас, но и свои взгляды на жизнь, и отношение к жизни.

В процессе исследования возникла необходимость встречи с родителями, так как СМИ при восприятии подросткам и могут дать разные ориентиры в зависимости от заложенного в ребенке с самого раннего возраста воспитания.

Началом собрания (Приложение 11) послужила информация о роли СМИ в жизни современного подростка, их влияние на становление личности.

При ответе на вопрос, однозначно решили, что СМК имеет влияние на развитие и воспитание ребенка. Взрослые отмечали как негативные стороны воздействия (телемания, жестокость на экране, разврат личности детей), так и позитивные (интеллектуальное развитие, осведомленность, помощь в работе, учебе).

В ходе собрания обсуждалось, как правильно донести до ребенка ролевые ориентиры через СМИ, родители предлагали совместный просмотр и чтение газет, фильмов, разумный контроль за взаимодействием подростка со СМК и т.д.

В завершении предложили рекомендации (Приложение 10).

По желанию детей была оформлена стенгазета "Я и СМИ". В оформлении участвовал весь класс.

На странице газеты были статьи о здоровье, спорте, интересные заметки, о звездах эстрады, о судьбах людей, о жизни богатых.

Газета была представлена на всеобщий суд.

Нашими оппонентами стали преподаватели и школьники всех возрастов. Многие отмечали, что газета интересная, содержательная, отвечает вкусам всех, охватывает многие стороны жизни.

В ходе работы над газетой у детей проявлялись такие качества как умение работать в коллективе, выслушать и уважать мнение других, отбирать материал для широкого круга читателей.

В ходе формирующего этапа удалось, частично убедить детей более критично относится к содержанию газет, просмотру телевизионных передач и использовать извлеченную информацию в учебном процессе, культурном самоопределении.

На контрольном этапе предстояло определить успешность реализации программы.

Повторно проводилась анкета "Мои интересы в СМИ" анализ результатов показал, что (см. рис. 7):



Констатирующий этап

Контрольный этап

Рис. 7. Мои интересы в СМИ

Сравнивая результаты анкетирования проведенного в начале и в конце

исследовательской работе можно, сказать, что у детей повысился интерес в чтении периодической печати, и их можно заинтересовать сообщениями из жизни общества, которые оказывают положительные влияние на самоопределение.

Сравнительный анализ методики М. Рокича "Исследование ценностных ориентаций" показал, что первое место по-прежнему занимают: здоровье 50,2%; счастливая семейная жизнь 35,8%; интересная работа 7%; и добавился один пункт - верные друзья 7% (см. рис. 8).



Рис. 8. Исследование ценностных ориентаций

Анализируя конечные результаты с началом исследовательской работы можно сделать вывод, что работа дала небольшие позитивные изменения в отношении детей к СМИ.

Заключение

Изменение общей работы ситуации в обществе, актуализирует роль СМИ в культурном самоопределении подростка.

Российский психолог Г.Б. Ананьев отмечал, что самоопределение базируется на формировании у детей отношения к материальным и духовным ценностям общества. Трудно сформировать нравственно устой устойчивую личность, если она постоянно видит на экранах телевизоров и сборниках периодической печати насилие и жестокость.

Социологом С.Б. Цымбаленко считает, что культурному самоопределению через СМИ следует обучать не только дома, но и в школе, так как СМИ - это совокупность различных информационных источников, без которых человек не представляет своей жизни. Исследование данной проблемы позволяет сделать вывод, что данная проблема в научной литературе раскрыта не достаточно как в теоретическом, так и в практическом плане, вызвало трудности в написании выпускной квалификационной работы.

В ходе исследования пришли к выводу, что задача педагогов целенаправленно использовать возможности СМИ в своей деятельности, что поможет сформировать у подростков нравственные установки влиять на его культурное самоопределение.

Проанализировав деятельность школ, выявили, что школа №2 г. Благовещенска занимает более активную позицию к культурному самоопределению подростка через СМИ, учит их разбираться в получаемой информацией, и определять свое отношение к ней. Педагогический коллектив школы с. Пояркова СМИ в основном использует только на уроках, и иногда выпускаются стенгазеты к праздникам.

В результате проведенной работы была реализована программа "Я и СМИ" и установлено, что СМИ оказывает на детей и их культурное самоопределение как положительное, так и отрицательное влияние, а отношение детей к средствам СМИ зависит от их пола, интересов, увлечений и условий семейной жизни.

В ходе реализации программы нам удалось частично убедить детей, что к СМИ необходимо относиться выборочно, при чтении газет и просмотре ТВ отбирать ту информацию, которая является поучительной, содержательной, интересной и необходимой. Мероприятия, проводимые в школе с. Пояркова заинтересовали детей,

Цель реализована через проведение исследования, задачи выполнены, это проявлялась через инициативу, творчество, взаимопомощь при выпуске газеты "Я и СМИ".

На формирующем этапе удалось частично убедить детей, более критично относится к содержанию газет, просмотру телевизионных передач и использовать извлеченную информацию в учебном процессе, культурном самоопределении.

Таким образом, цель реализована, нами определено, что СМИ играет важную роль в культурном самоопределении ребенка. Задачи выполнены.

В результате исследования были определены наиболее позитивные методы и формы деятельности педагогического коллектива работы "Совета СМИ", редколлегия, а также конкурсы, диспуты, беседы о возможностях новых технологий, встречи с работниками редакций, телевидения, и взаимодействие с родителями.

Гипотеза нашла свое подтверждение проблемы роль СМИ в культурном самоопределении и может быть решена успешно, если:

 Педагогический коллектив своевременно изучит отношение детей к

СМИ, и определить методы по приобщению детей к СМИ.

 Родители будут заинтересованы в создании условий для общения детей с СМИ.

Список использованной литературы

1. Амеев Ю.Б. Основы эстетического воспитания / Ю.Б. Амеев. - М. 1996г.

2. Андреев Э.Ш. СМИ и реформирование России / Э.Ш. Андреев // социально- политический журнал №4, 1996.

. Астраханкина Т. Защитить детей от скверноты / Т. Астраханкина // Комсомольская правда №11, 2001 г.

. Богомолов Л.А. Социальная психология радио, газет и телевидения / Л.А. Богомолов - М. 1995 г.

. Волков А. СМИ: искажение картины мира / А. Волков // Народное образование №1, 2004 г.

. Джуринский А.Н. Сравнительная педагогика / А.Н. Джуринский - М. 1998 г.

. Дорытко Н.М., Колесникова И.А. Воспитательная деятельность педагога / Дорытко Н.М., Колесникова И.А. - М. 2005 г.

. Засурский Я.Н. Роль СМИ в обществе / Я.Н. Засурский // Вестник МГУ, сер. 10 Журналистика №2, 1995 г.

. Иванов В.Н., Назаров М.М. Информационное потребление и политические ориентации. / В.Н. Иванов, М.М. Назаров // Социологическое исследование №8, 2000 г.

. Карнаух Н.В. Введение в специальность социального педагога/ Н.В. Карнаух. - АмГУ, 1998 г.

. Конецкая В.П. Социология коммуникации / В.П. Конецкая - М., 1997 г.

. Круглый стол. Массовая коммуникация в формировании современного социокультурного пространства // Социологические исследования №7, 2000г.

. Кузина И.В. СМИ и юношество / И.В. Кузина // Вестник психосоциальной и коррекционно-реабилитационной работы №3, 2004 г.

. Левшина И.С. Подросток на экран / И.С. Левшина. - М. 1989 г.

. Мардахаев В.А. Социальная педагогика / В.А. Мардахаев. 2005 г.

. Марс Д. Социальная психология / Д. Марс. 2000 г.

. Мудрик А.В. Социальная педагогика / А.В. Мудрик. 2005 г.

. Организация воспитательной работы в школе / М. 2002 г.

. От кремня до кремня. Радио и связь / 1991 г.

. Попов В.Д., Тавокин Е.П. Информационное пространство современной России / В.Д. Попов, Е.П. Тавокин - М.: РАГС, 2003 г.

. Права человека. Сборник универсальных и региональных международных документов / М. - МГУ. 1990 г.

. Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию / В.П. Пугачев, А.И. Соловьев, 1991 г.

. Рацапевич Е.С. Большая современная энциклопедия / Е.С. Рацапевич - Мн.: Современное слово, 2005 г.

. Сгибнева Е.П. Классные часы в 10-11 классах / Е.П. Сгибнева - Ростов н/Д: Феникс, 2006 г.

. Социология / под ред. П.В. Осипов, 1990 г.

. Степанков М.К. Педагогика / М.К. Степанков - уч. Пособие, 1998 г.

. Страна философия / под. ред. Е.В. Залотухин - Аболина, 1995 г.

. Человек и общество. Культурология / под ред. О.М. Штомпель, 1996 г.

. Шарков Ф.И., Баранова В.И. Аудитория и мониторинг СМИ / Ф.И. Шарков, В.И. Баранова // Социологические исследования №3, 2005 г.

. Шарков Ф.И. Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации / Ф.И. Шарков // Социологические исследования №6, 2006 г.