Кемеровский Государственный университет культуры и искусств

Кафедра педагогики и психологии

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

По теме «Телевидение как средство воспитания подростков»

Выполнил: Печатнов Е.В.,

студент гр. ВТ – 061

Проверил: Буйнова

Кемерово, 2009

**Содержание**

Введение

Глава 1. Теоретические основы проблемы воспитания подростков средствами телевидения

1.1 Сущность воспитательного влияния средств телевидения на развитие личности

1.2 Воздействие средств телевидения на познавательную деятельность и поведение подростков

1.3 Эффект насилия в средствах телевидения и его влияние на поведение школьников

Глава 2. Исследование воздействия телевидения на воспитание подростков

2.1 Анализ телевизионных программ

2.2 Социологический опрос в Промышленновской общеобразовательной школе № 3

Заключение

Список литературы

**Введение**

Личность формируется множеством элементов социально-культурной среды. Экранные искусства создают в наших бытовых условиях постоянно действующую информационно-эстетическую среду, которая стихийно формирует ценностные ориентации подростка в области искусства, культуры быта, эстетической организации среды, деятельности, отношений, экологии.

В последнее время коммерческое вещание, предоставленное стихии рынка, рассчитано на усреднённые вкусы молодёжи. Всё чаще мы встречаемся с проявлениями пошлости, отсутствия вкуса, жестокосердия, цинизма. Исчезли познавательные передачи, канули в лета манеры поведения в кадре ведущих и участников передач, воплощающих в прошлом наши представления об истинной интеллигентности.

Вместе с тем, основой нравственности человека являются нравственные качества, которые определяют его моральный облик, делают внутренне свободным и социально ценным во всех сферах общественной и личной жизни. Нравственные качества выступают одним из существенных внутренних механизмов, лежащих в основе морального выбора и саморегуляции поведения, определяют уровень социальной активности и зрелости человека, его нравственную культуру.

Подростки активно проникают в социальную жизнь общества, устанавливают с ней определенные связи и взаимоотношения, постигают смысл деятельности и поступков. В данный возрастной период происходит чрезвычайно интенсивное усвоение ребенком этических правил, норм и принципов, формирование связанных с ними нравственных привычек поведения и нравственных качеств личности.

Изменение социальной ситуации развития ребенка обусловливает необходимость воспитания определенной совокупности нравственных качеств его личности, которые позволили бы ему быстро адаптироваться в новых социальных условиях и служили бы основой для дальнейшего нравственного воспитания.

Поэтому сегодня как никогда актуально стоит вопрос о влиянии средств массовой информации, и, в первую очередь – телевидения, на духовно-нравственное воспитание подростков.

Целью данной работы является - показать влияние средств телевидения на воспитание молодёжи.

Объектом исследования выступает процесс воспитания подростков.

Предметом является воспитание подростков средствами телевидения.

Задачи:

1. Раскрыть теоретические проблемы воспитания подростков средствами телевидения;

2. Проанализировать подходы к изучению влияния телевидения на воспитание подростков и молодежи;

3. Проанализировать воздействие средств телевидения на познавательную деятельность и поведение подростков;

1.3. Исследовать эффект насилия в средствах телевидения и его влияние на поведение школьников.

Различным аспектам, связанным с проблемой влияния телевидения как важнейшего средства массовой информации в современном российском обществе, посвящены монографии и научные статьи общего, социально-философского и междисциплинарного характера. Ряд научных трудов посвящен техническим особенностям функционирования средств массовой коммуникации. Проблема данной темы была рассмотрена и разработана такими авторами как Р.Ф. Абдеев, Н. Винер, Ю.И. Воронцов. Другое направление представляют труды отечественных и зарубежных исследователей В.Ю. Борева и А. В. Коваленко, Д. Джованнини, П. Кууси, К. Леви-Строса, М. Маклюэна, А.Моля, Л.В Петрова, Г.Г. Почепцова, в которых анализируется процесс исторического развития средств массовой коммуникации, передача информации и ценностей культуры.

**Глава 1. Теоретические основы проблемы воспитания подростков средствами телевидения**

**1.1 Сущность воспитательного влияния средств телевидения на развитие личности**

Впервые телевидение появилось в Лондоне в 1925 г. в результате успешного эксперимента Д. Бэерда. В апреле 1935 года в Берлине появился первый телевизионный салон на 30 человек с двумя телевизорами, а осенью 1935 года открылся телетеатр с проектором на 300 человек. В США в 1946 году телевизор имели только 0,2% американских семей. В 1962 году эта цифра возросла до 90%, а к 1980 году телевизоры имели почти 98% американских семей, причем некоторые семьи имели по два-три телевизора. В Советском Союзе регулярное телевизионное вещание началось в 1931 году из здания Московского радиоузла на Никольской улице (ныне Российская телевизионная и радиовещательная сеть — РТРС). А первый телеприемник появился в 1949г. До середины 80-х гг. в нашей стране существовало два центральных канала, причем, если первый канал могли смотреть почти 96% населения страны, то два канала антенна могла принимать не у всех, в зависимости от региона примерно 88% в масштабах страны. Три канала — было только у третьей части страны. Причем большинство телеприемников (на две трети) еще до 90-х годов оставался черно-белым.

Содержание программ, предоставляемых телевидением, охватывало различные сферы человеческой жизни в целом - сообщения и обзоры на темы политики, культуры и текущих событий, образовательные, развлекательные и художественные передачи, поэтому его влияние на жизнь нации нельзя вкратце назвать иначе как огромным.

При проведении телетрансляции происходит воздействие на психику посредством задействования различных форм передачи информации; одновременное участие органов зрения и слуха активно задействуют пласты подсознания, за счет чего достигается максимальный манипулятивный эффект. Менее чем за полчаса просмотра телевизионной передачи мозг начинает впитывать любую информацию, которая поступает посредством телетрансляции. Вспомним, один из принципов манипуляции массами — внушение. На этом принципе основано действие телерекламы. Например, человеку показывается какой-нибудь рекламный ролик. Предположим, поначалу у такого человека происходит явное отторжение демонстрируемого материала (т.е. представление человека об этом товаре иное). Такой человек смотрит, слушает, оправдывая себя тем, что ничего подобного покупать не будет. Этим как бы успокаивает себя. На самом деле, если на протяжении длительного времени в информационное поле попадает какой-нибудь сигнал, то информация неизбежно откладывается в подсознании. А значит, если в последующем станет выбор между тем, какой товар купить, такой человек бессознательно отдаст предпочтение тому товару, о котором уже «что-то слышал». Более того. Именно этот товар в последующем будет вызывать в его памяти положительный ассоциативный ряд. Как чего-то знакомого. В итоге, когда такой человек оказывается перед выбором товара, о котором ему ничего неизвестно, и товара, о котором он уже «что-то слышал» — то инстинктивно (т.е. подсознательно) потянется к знакомому товару.[[1]](#footnote-1)• Говоря языком нейрофизиологии, у такого человека происходит очаговое возбуждение коры головного мозга, в результате чего появляется доминанта. И если последует повторение раннее показываемой информации, при этом информация будет достаточно эмоционального характера (эмоции необходимо чтобы сломать барьер критичности), то возникнет высокая вероятность того, что в подсознании такого человека возникнет психологическая установка. В итоге подобная информация, отложившись в подсознании и закрепившись там вследствие многократного повторения, сформирует паттерн поведения, тем самым определив в последствие возникновение у такого человека соответствующих мыслей, желаний, и поступков, как результат удовлетворения желаний.[[2]](#footnote-2)•• Если же такая информация откладывается в детском или подростковом возрасте, то в этом случае мы получаем практически стопроцентный результат, так как чем больше проходит времени, тем более действенна (важна и необходима) для подросшего ребенка становится заложенная в детстве в его подсознание информация, потому что для большинства период детства психоаналитически ассоциируется с радостью, поэтому возникновение подобной информации уже будет относиться к воспоминанию, а психика так устроена, что воспоминания о хорошем всегда наиболее приятны.

Количество времени, которое человек тратит на просмотр телепрограмм, поистине впечатляет. В среднем в развитых странах на это занятие у человека уходят три часа в день, больше человек расходует только на работу и сон. Отчасти такое влечение к телевидению объясняется врожденным свойством – так называемым исследовательским рефлексом. Впервые он был описан академиком И.П. Павловым в 1927 году. Исследовательский рефлекс – это инстинктивная, зрительная или слуховая реакция на неожиданный или новый раздражитель. Это часть эволюционного наследия человека, встроенная в сознание чувствительность к движению и возможному нападению хищников.[[3]](#footnote-3)•

Типичная исследовательская реакция включает замедление сердцебиения, расширение кровеносных сосудов мозга и сужение тех сосудов, которые ведут к главным группам мышц. Мозг как бы сосредотачивается на сборе информации, в то время как все остальное тело «отдыхает».

Еще в 1986 году ученые из Университета Миссури начали изучать, как влияют формальные составляющие телевидения – монтаж, планы, наезды, шумы, свет - на исследовательский рефлекс человека. Ученые пришли к выводу, что эти стилистические приемы действительно вызывают у человека непроизвольные реакции и таким образом удерживают его внимание. Природа этих реакций восходит к эволюционной способности человека распознавать и реагировать на движение вокруг. Таким образом, телевидение уникально не столько содержанием, сколько формой.

Формальный язык телевидения влияет на память телезрителя. Увеличение частоты ракурсов, в которых показывается одна и та же сцена, улучшает запоминание. Увеличение числа смонтированных кадров, переходов от одного объекта к другому, фокусирует зрительское внимание лишь до определенного предела: если смена кадров превышает десять за две минуты, зрители уже ничего не запоминают.

Этими законами и руководствуются создатели музыкальных клипов и телевизионных реклам, где используется быстрая смена кадров для удержания внимания, хотя смысл увиденного часто не улавливается.

Исследовательский рефлекс оказывается перегружен. Прикованный к экрану человек чувствует усталость и психологическую неудовлетворенность.[[4]](#footnote-4)•

**1.2 Воздействие средств телевидения на познавательную деятельность и поведение подростков**

Рассмотрим психологию подростка и определим, насколько сильно подвержен влиянию человек в этом возрасте. Этот период завершает подготовку к самостоятельной жизни человека, формирование ценностей, мировоззрения, выбор профессиональной деятельности и утверждение гражданской значимости личности. В результате и под воздействием этих социально-личностных факторов перестраивается вся система отношений юноши с окружающими его людьми и изменяется его отношение к самому себе. Из-за этой социальной позиции изменяется его отношение к школе, к общественно полезной деятельности и учёбе, устанавливается определённая взаимосвязь между интересами будущей профессии, учебными интересами и мотивами поведения.

В результате психологических исследований установлено, что индивидуальное развитие человека и формирование его личности происходит в первую очередь в результате активного взаимодействия с окружающей средой. В различные периоды жизни человека соотношение между социальным и биологическим неоднозначно. С возрастом влияние социального фактора на психологическое развитие человека усиливается.  
Разновременная последовательность биологического и социального созревания находит выражение в противоречиях, которые чаще наблюдаются в подростковом возрасте.

Вот что пишет Н.Ф. Добрынин: "Можно считать, что возрастные особенности выражаются, прежде всего, в анатомо-физиологических чертах, свойственных данному периоду роста и развития. Вместе с тем с возрастом изменяется отношение растущей личности к учению, к самому себе, к окружающей действительности, изменяется значимость всего этого для данной личности. Значимость меняется потому, что изменяются потребности, интересы, убеждения человека, изменяются его взгляды и отношения ко всему окружающему и к самому себе. Это изменение значимости определяется взаимодействием человека с окружающей общественной средой, в которой он живёт, учится и действует. Человек не только входит в данные общественные отношения, но и сам составляет часть этих отношений. Веским характерным, особенно для подростка, является в этом возрасте изменение отношения к самому себе, окрашивающее все его действия и поэтому выраженное достаточно заметно в большинстве случаев, хотя иногда и замаскировано, что, однако не уничтожает его действенной роли".[[5]](#footnote-5)•

Рост самосознания - это характерная особенность личности старшего школьника. Уровень самосознания определяет и уровень требования старших школьников к окружающим людям и к самим себе. Они становятся более критичными, предъявляют высокие требования к моральному облику взрослого и сверстника. И. С. Кон подметил: "Рост самосознания и интереса к собственному "Я" у юношей связан не только с половым созреванием, как считала биогенетическая школа в психологии. Ребёнок рос, менялся, набирал силу и до переходного возраста, и тем не менее это не вызывало у него тяги к интроспекции. Если это происходит теперь то, прежде всего потому, что физическое созревание является одновременно социальным симптомом, знаком повзросления, возмужания, на которое обращают внимание и за которым пристально следят другие, взрослые и сверстники. Противоречивость положения подростка, изменение его социальных ролей и уровня притязаний - вот что в первую очередь актуализирует вопрос: "Кто Я?"[[6]](#footnote-6)••

Физическое формирование уже почти закончилось, но при всём этом появляется "ценнейшее приобретение - открытие своего внутреннего мира". Происходит переход от внешнего управления к самоуправлению. Как уже было сказано, для управления необходима информация, которую юноша начинает искать, как в своём внутреннем, так и во внешнем, окружающим его, мире. Поэтому вполне естественно, что в этом возрасте нередко возникает сильная тяга к массмедиа — своего рода подзорной трубе, сквозь которую можно с расстояния заглянуть в далекий мир, не поступаясь изолированностью своей глубоко личной сферы.[[7]](#footnote-7)•

Долгое время телевидение считалось безопасным занятием, однако в последнее время много говорится о том, что частый и бессистемный просмотр телепередач может повлечь за собой весьма печальные последствия не только для здоровья ребенка (о нарушениях зрения, дефиците движения, испорченной осанке уже сказано довольно много), но и для его психического развития. В настоящее время, когда подрастает первое поколение «экранных» детей, эти последствия становятся все более очевидными.

Отмечается резкое снижение фантазии и творческой активности детей. Они теряют способность и желание чем-то занять себя. Не прилагают усилий для изобретения игр, сочинения сказок, для создания собственного воображаемого мира. Им скучно рисовать, конструировать, придумывать новые сюжеты. Их ничего не интересует и не увлекает. Отсутствие внутреннего мира отражается и на отношениях между детьми. Замечено, что общение со сверстниками становится все более поверхностным и формальным: им не о чем разговаривать, спорить, нечего обсуждать. Они предпочитают возиться, толкаться или нажать кнопку телевизора и ждать новых – готовых – развлечений.

Как уже говорилось, особенно чувствительны к влиянию телевидения дети и подростки. Во время полового созревания подростки обращают все больше внимания на свой внешний вид. Они наблюдают за изменением своего тела и колебаниями в своих переживаниях со смешанным чувством любопытства, интереса, а порою и страха.

Пытаясь интегрировать эти новые образы и чувства в нарождающуюся половую роль, они ищут для себя ролевые модели среди членов семьи, друзей, одноклассников и людей, известных благодаря средствам массовой информации. Роль средств массовой информации в формировании половых ролей широко исследуется. Подростки, которые подолгу смотрят телевизор, имеют более стереотипные установки по поводу половых ролей, чем подростки, проводящие меньше времени у телевизора.

Другим тревожным симптомом, согласно данным обзора научных исследований, является прямая зависимость между значением коэффициента интеллекта (КИ) тинэйджера и временем, которое он проводит у телевизора. В среднем оказалось, что чем больше дети смотрят телепрограммы, тем ниже значение их КИ. Оказалось, что этот простой критерий – количество часов, ежедневно проводимых подростком у телеэкрана, - позволяет предсказать результат тест на определение КИ значительно точнее, чем подавляющее большинство прогнозов, учитывающих разнообразные социальные, личные, демографические и семейные факторы. Множество исследований подтверждают наличие у тинэйджеров связи между пристрастием к телевидению и менее развитыми по сравнению с остальными тинэйджерами воображением и творческим потенциалом. Пока неясно, чем именно обусловлены полученные результаты – действительно ли многочасовое сидение перед экраном сказывается на умственных способностях, или же просто менее развитым подросткам больше нравится смотреть телевизор, чем их более способным сверстникам. Однако совершенно очевидно, что чем больше внимания подросток уделяет телевидению, тем меньше у него остается времени на чтение художественной, исторической и др. литературы, приготовление уроков, развитие склонностей и интересов, которые способствовали бы обучению. Таким образом, чрезмерное увлечение телепередачами зачастую означает недостаточно высокий показатель интеллекта и низкую успеваемость в школе.

Еще одна проблема, возникающая у детей в связи с телевидением, - неправильное питание, последствия которого осложняют далекие от реальности представления о том, как влияют определенные продукты на человеческий организм. Чем больше ребенок смотрит телевизор, тем он меньше двигается и больше «перекусывает» вместо того, чтобы нормально питаться. Это, в свою очередь может привести к ожирению и другим неприятностям. К сожалению, в формировании нездоровых привычек существенная роль принадлежит телевизионной рекламе, поскольку главным образом именно она предлагает нам разного рода блюда быстрого приготовления, продукты с высоким содержанием жира, холестерина, сахара и соли. Большинство рекламных роликов, идущих во время различных программ, посвящены всевозможным сластям и лакомствам, тогда как во многих сладких хлопьях по весу содержится больше сахара, чем, например, в торте. Ученые утверждают, что реклама оказывает на подростковую аудиторию заметное влияние. Дети, например, часто всерьез полагают, что какие-либо хлопья могут сделать их сильными и здоровыми. В некоторых странах действуют законы, регулирующие воздействие рекламы на подростков и предотвращающие тем самым неправильный рацион их питания. Например, в Голландии при рекламе любых сладостей в углу экрана обязательно должна присутствовать зубная щетка, а в канадском штате Квебек вообще запрещено адресовать любую рекламу детям, не достигшим двенадцати лет.

Психологи полагают, что телевидение развивает нездоровый интерес к сексу и служит источником соблазна. Откровенные намеки, сексуальный внешний вид и обольстительно поведение женщин превалирует как в рекламных роликах и музыкальных клипах, так и в большинстве других программ. Секс на экране часто предстает нам в форме насилия, жестокости или преступлений, и относительно нечасто интимные отношения любящих друг друга людей изображены нежными и постоянными. Около 70% всех телевизионных эпизодов, посвященных сексу, касаются либо внебрачных связей, либо проституции. Например, на канале MTV в 17-00 идет подростковый сериал «Факультет», где кроме секса больше ничем не занимаются, и это смотрят подростки и повторяют то, чем занимаются в их любимом сериале. А заканчивается все это абортами и тому подобными ситуациями. А в музыкальных клипах сейчас практически во всех присутствует секс. Также сейчас во многих фильмах и др. телепередачах идет пропаганда однополой любви. Как думают многие критики клипы группы «Тату» вообще нельзя было пускать на телевидение, а если уж показывать, то только после 23-00. Многие девочки подражают этой группе и сейчас уже вообще не интересуются мальчиками, а это уже психическое расстройство. Так что как секс на телевидении сказывается на тинэйджерах, к сожалению, нам остается только догадываться.[[8]](#footnote-8)•

Телевидение формирует стереотипы в отношении черт, присущих определенному полу, возрасту или расе. Так, в качестве главных героев мужчины появляются на экране примерно втрое чаще, чем женщины. Они доминируют в деловом мире, в то время как женщины часто не имеют профессии и положения в обществе, или занимают более низкое положение на служебной лестнице, чем их начальники-мужчины. Мужчины представлены, как правило, более умными, сильными и постоянными, нежели женщины. Последние, в свою очередь, спокойны, добросердечны, уязвимы, их мысли и интересы в основном сосредоточены на семье, любви и человеческих взаимоотношениях. В некоторых исследованиях утверждается, что дети, проводящие перед телевизором много времени, относятся к различным профессиям и занятиям с позиции, предопределенных стереотипами, касающимися пола.[[9]](#footnote-9)••

В телевизионных программах дети и пожилые люди представлены в значительно меньшей мере, чем это обусловлено естественной структурой населения. Старики в телефильмах чаще всего бывают злодеями или жертвами, упрямыми, капризными или выжившими из ума. Исключением из этого правила являются, разве что, мыльные оперы, где почтенные отцы и матери семейств симпатичны, румяны, счастливы и уважаемы в обществе. Поэтому у молодого зрителя часто формируется отрицательный стереотип отношения к пожилым людям. По аналогичному механизму возникают и расовые предубеждения, так как в большинстве фильмов негры и латиноамериканцы по сравнению с белыми чаще бывают безработными или выполняют неквалифицированную работу, в их семьях чаще возникают ссоры и конфликты, чем в семья белых людей. Негров в фильмах представляют не такими как белых людей, белые часто бьют в фильмах негров и т.д. Подобные фильмы показываются на центральных каналах в «детское» время и подросткам нравятся такие фильмы. А потом наше правительство задается вопросом: «Откуда в нашей стране так много скинхедов?».

**1.3 Эффект насилия в средствах телевидения и его влияние на поведение школьников**

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. Американский ребенок проводит 28 часов в неделю перед телевизором - это больше, чем школьник тратит на занятия в школе. Как минимум, час в день подросток играет в видеоигры или путешествует по Интернету. Несколько часов в неделю он посвящает просмотру фильмов и прослушиванию музыки.

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.[[10]](#footnote-10)•

Проведенное исследование показало, что, чем больше и бесконтрольнее ребенок проводит время у телевизора, тем активнее он усваивает нормы агрессивности. Так, среди увлекающихся просмотром телепередач в 2 раза больше детей, имеющих высокий уровень агрессивности, и в 3 раза меньше детей с низким уровнем агрессивности.[[11]](#footnote-11)•

Воспитатели и родители детей, активно просматривающих телепередачи, говорят о том, что для этих детей характерны: тенденция к непослушанию, проявление агрессивных форм поведения, выражающихся в:

- отрицательных отзывах о своих сверстниках;

- выражении отрицательных эмоции (недовольство, недоверие, брань);

- высказывании мыслей и желаний агрессивного характера, проклятий, оскорблений, обидных шуток;

- простом крике, реве (без речевого выражения).

Также эти дети вспыльчивы, резки, грубы, драчливы, конфликтны. Свою правоту предпочитают доказывать дракой. Для таких детей характерны: долгое засыпание, беспокойный тревожный сон, вскрикивания, плач во сне. Все это свидетельствует о нарушениях психики. Таким образом, налицо тот факт, что телевизор оказывает мощное деформирующее влияние на становление психики и личности растущего человека. Последствия и масштабы этого влияния могут сказаться значительно позже в самых неожиданных областях.[[12]](#footnote-12)••

Телевидение привлекает наше внимание, с одной стороны, своей живостью, увлекательной режиссурой и красивыми съемками, а с другой – заманивает в ловушку, возбуждая нас сценами злодеяний, насилия, опасности и секса. Телевизионные программы переполнены описанием преступлений, демонстрацией грубой силы, сексуальными эпизодами и не всегда приличными намеками.

В среднем на один час лучшего телевизионного времени приходится пять сцен с применением силы, в них участвует около двух третей главных героев телефильмов. По выходным дням детские дневные передачи содержат до восемнадцати подобных сцен (например, детские мультфильмы, содержащие много сцен насилия, когда все дерутся и убивают друг друга), впрочем, в отличие от «взрослых» программ, жестокость персонажей в них почти не вызывает боли и страданий – дети не видят последствий жестоких поступков. В большинстве изображаемых ситуаций силовое подавление обидчика является естественной формой мести, а способность действовать по праву сильного стала почти непременным атрибутом мужских ролей, но во многих мультфильмах и худ. фильмах сейчас применяют насилие и женщины. Подростки пытаются подражать своим героям и делают тоже самое в настоящем мире.

Излюбленная тематика криминальных обзоров – это убийства, нападения, вооруженные столкновения, причем на экране редко можно увидеть, как их жертвам оказывают медицинскую помощь. В итоге, перед подростком ежедневно мелькает огромное количество насильственных смертей, бомбежек, вооруженных налетов и жестоких драк.

Просмотр передач, содержащих сцены насилия, приводит, как это ни печально, к усилению проявлений жестокости в поведении нормальных детей абсолютно всех возрастов, от дошкольников до тинэйджеров. В ходе многочисленных исследований детской и подростковой аудитории демонстрировались фильмы, герои которых действовали с позиции силы. После этого отмечалось учащение случаев агрессии и жестокости поведения со стороны детей, в то время как после просмотра картин, не содержащих подобных сцен, таких нарушений не наблюдалось. По материалам ряда других работ, те дети, которые проводят у телевизора много времени, значительно более агрессивны, чем их сверстники, уделяющие телевидению меньше внимания.[[13]](#footnote-13)•

Жестокие сцены, встречающиеся в кинофильмах, нередко влекут за собой рост преступности. Например, после просмотра фильма «Враги» (о войне мафиозных кланов) 12 нью-йоркских юнцов долгое время терроризировали городскую подземку, нападая на пассажиров, пока не попались в руки полиции. Этот же фильм стал одним из побудительных мотивов для двух вооруженных налетов в Калифорнии. Несколькими годами позже кинолента «Нью-Джек-Сити» о торговцах наркотиками вызвала вспышки насилия, стрельбу, бесчинства разъяренной толпы, были даже случае убийств в кинотеатрах. Почти сразу после этого телефильм «Крылатое возмездие» положил начало череде терактов с применением взрывных устройств. Появляющиеся на экране сцена самоубийств ведут к учащению случаев суицида. Так, познакомившись с игрой в «русскую рулетку» в фильме «Охотник на оленей», свыше двадцати человек покончили с собой, предавшись этому занятию.[[14]](#footnote-14)•

С первых своих шагов и до нынешних времен кино неуклонно становилось все более жестоким. Вероятно, это происходило потому, что создатели картин стремились поддерживать зрительский интерес, в то время как публика привыкала к ужасам на экране. Однако вместе с этим в людях укоренялась мысль о том, что в насилии нет ничего необычного, а регулярное созерцание подобных сцен на экранах кинотеатров и телевидению располагало к проявлениям жестокости в повседневной жизни, особенно в состоянии гнева. Некоторые исследования подтверждают, что грубые и жестокие развлечения делают людей равнодушными и бессердечными. По исследованиям, проведенных в США, ученые говорят о том, что после просмотра фильмов, содержащих насилие, подростки начинают легче мириться с враждебным и агрессивным поведением сверстников, что чем, если бы они не смотрели подобных фильмов или вообще не подходили к экрану. В других исследованиях показано, что у детей, проводящих много времени перед телевизором, гораздо слабее выражены эмоциональная реакция и стремление физически противостоять насилию, чем у тех, кто реже смотрит телепрограммы. Во многих странах к этой проблеме подходят достаточно серьезно. Так, в отличие от США, в некоторых государствах Европы (в том числе и в России) показ фильмов, содержащих сцены жестокости и насилия, законодательно ограничен.

**Глава 2. Исследование воздействия телевидения на воспитание подростков**

**2.1 Анализ программ телевидения**

Коммуникативные возможности телевидения, такие как оперативность, «эффект присутствия» делают его наиболее действенным инструментом управления личности. Исследовав продукцию современного российского телевидения и проведя ее сравнительный анализ телевизионной продукцией США, исследователи приходят к выводу, что телевидение США своими программами и фильмами подтверждают ценности и нормы, установленные обществом, в отличие от телепродукции России. Телевидение играет сегодня, так же, как и в последнее десятилетие, немаловажную роль в социализации личности. В числе обычных, ежедневных занятий оно остается наиболее распространенным видом проведения досуга.

Репертуар программ и передач, которые смотрят подростки, довольно широк и разнообразен. Предпочтение (также как и в чтении книг), часто отдается юмористическим передачам (их отметили 53% опрошенных). В этом контексте весьма красноречивым выглядит сравнение сегодняшних юмористических программ и тех, которые были созданы больше 20 лет назад. Передача «Вокруг смеха», к счастью, частично осталась в архивах, и отрывки из нее транслируются до сих пор. Вел ее известный, талантливый литературный пародист Александр Иванов, человек, обладавший тонким вкусом и чувством меры. Эти качества позволяли ему приглашать в студию действительно интересных юмористов и сатириков. Особенное внимание передача получала за счет сквозившего в некоторых юмористических выступлениях острого сатирического и даже политического подтекста. «Качество юмора» было таким, что с Ивановым охотно сотрудничали создатели 16-й, юмористической полосы «Литературной газеты», благодаря которым пополнялась рубрика «Нарочно не придумаешь». Она состояла из подлинных заявлений, объявлений, часто настолько абсурдных и смешных, что эти материалы вызывали настоящий восторг у аудитории

«Кривое зеркало» с Е. Петросяном, «Аншлаг» с Р. Дубовицкой, конечно, ни в какое сравнение ни по интеллектуальному, ни по культурному, ни даже по нравственному уровню с этой давней программой «Вокруг смеха» не идут. Разные интересы, разные мотивы. Комедийность и многомерные напластования смешного сменились двухмерными, примитивными комиксами, гримасами и кричащей, неприкрытой пошлостью. Раньше улыбались, обмениваясь символами культуры и образования, сегодня хохочут над собственными физиологическими отправлениями. Показательна в этом смысле попытка создания «альтернативной» юмористической передачи на телеканале «ТНТ» – «Камеди клаб» (своеобразный маркетинговый ход – коммерческая реакция на возникшую «нишу» на «рынке смешного»). Ее жанр был определен как Standup-comedy, как «протест против всего официального и скучного». Однако кроме матерщины и ограниченного круга тем, связанных с однополой любовью, ненавязчивой популяризацией наркотиков и все той же грубой физиологией здесь не найти ничего «бунтарского».

Практически полный переход телевидения на коммерческую основу не привёл к желаемым результатам, делать юношеские, образовательные программы стало невыгодно. Не выделяются средства государственной поддержки на создание качественного Российского кино. В связи с этим телевизионные канала закупают за рубежом телефильмы и телевизионные сериалы очень низкого качества.

Порой на телеэкраны попадает информация, просто не допустимая для широкой огласки. В наши дни программы новостей стали, практически: "Пособием молодого подрывника". С телеэкранов звучат названия взрывчатых веществ, способы их изготовления и наиболее грамотного применения. Откровенно рекламируется безнаказанность насилия и произвола в таких программах как «Программа Максимум», «Репортерское расследование», «Чрезвычайное проишествие». Ежедневно сообщается о заказных убийствах и очень редко говорится об их раскрываемости и задержании преступников.

Даже в детских игровых, развлекательных программах пропагандируется внезапное материальное обогащение. Почему-то всё меньше и меньше вспоминают о духовности. Например, в такой замечательной программе, как "Что? Где? Когда?" раньше, в качестве вознаграждения, давали хорошие книги, теперь это интеллектуальное казино, с мощнейшим культом денег.

Но не все на нашем телевидении так плохо и, конечно же, по телевидению можно увидеть и другие программы. Например, передачу «Умники и умницы». Хотелось бы верить, что ее смотрят тысячи ребят, любящих историю, и тоже могут найти ответы на сложнейшие вопросы, которые не всем взрослым под силу. Ведь это поистине очень интересная передача, с помощью которой можно узнать много нового, того, что в будущем действительно пригодится. На нашем телевидении сейчас очень много познавательных передач, но в каждой из них можно найти много «минусов». По-нашему, только две из таких программ, где нет «минусов» или, по крайней мере, их не сосчитать. Вторая такая программа – «Своя игра». Даже несмотря на то, что в нее играют взрослые посмотреть ее можно. Также не очень плохая передача на Первом канале «Кто хочет стать миллионером?». Вопросы и ответы в этих программах совсем не о том, что показывают по популярным молодежным каналам.

А игра «Поле чудес»? Когда она только появилась, она занимала одно из первых мест среди интеллектуальных игр. А сейчас эта игра настолько испортилась, точнее ее испортили сами зрители, которые в каждой передаче дарят г-ну Якубовичу алкогольные напитки и соленые огурцы на закуску. Теперь это дарение подарков в программе заняло первое место, а угадывание слова – на второе, порой игроки забывают вопрос, на который они должны отвечать.

Сейчас в России стало возможным просмотр такого канала как «Discovery». На этом канале рассказывается о том, что нас окружает, многие люди, никогда не смотревшие этот канал, считают, что там только рассказывается о природе и экологии. Но это не так, ведь здесь показывают интересные исторические события, рассматриваемые с неординарной точки зрения, а эта тема, зачастую очень интересна многим современным подросткам (молодым людям – о войне, об оружии и т.д.; девушкам – о королевах, балах и т.д.). Современным подросткам очень интересна тема НЛО, на телеканале «Discovery» почти каждый день рассказывают об этом удивительном явлении, а молодые люди в это время в очередной раз смотрят какое-нибудь MTV.

Если бы более 50% подростков в нашей стране смотрели телеканал «Культура», вряд ли бы у нас было так много неучей. Этот канал смотрят всего лишь примерно 15% подростков из всей страны. Этот канал действительно патриотичный, замечательные программы и фильмы показывают там. Очень обидно, что никто не может заставить посмотреть хотя бы раз этот замечательный канал наших подростков. Очень много опер и балетов показывают на «Культуре», а ведь мало кто из современных подростков знает кто написал, например, оперу «Евгений Онегин».

В 2004-2007 гг. в Смоленском государственном университете было проведено исследование по вопросу как использовать позитивный потенциал телевидения на воспитание ценностных отношений школьников. Исследование проводилось в три этапа. На первом выяснялись наиболее популярные у молодежи телевизионные передачи. На втором проводился их ценностный анализ. Третий этап состоял в определении уровня подготовленности будущих педагогов к использованию воспитательного потенциала телепродукции.

Исследование позволило выяснить, что в последние три года наибольшей популярностью у подростков используются такие телеканалы, как ТНТ, СТС, РЕН-ТВ, НТВ, Муз-ТВ. Из телевизионных передач наиболее популярными были: развлекательные (музыкальные и юмористические): «Танцы со звездами», «Ледниковый период», «Фабрика звезд», КВН, «Дом-2» и др. Далее по популярности следуют познавательные телепередачи: «Поле чудес», «Слабое звено», «Что? Где? Когда?». Около 60% голосов получили передачи о живой природе и путешествиях: «Вокруг света», «В поисках приключений». 40% школьников с удовольствием смотрят фильмы (в т. ч. боевики). Пользуются популярностью информационные и спортивные передачи. У нас в стране существуют три спортивных канала – 7TV, ЕвроСпорт и НТВ+футбол, но, к сожалению, не один из этих каналов не считается общедоступным. И, конечно, многие из них смотрят кинофильмы, причем предпочтение отдается зарубежным художественным фильмам перед отечественными (40% и 20% соответственно). Почти каждый третий из опрошенных смотрел телесериалы и мультфильмы. Примерно четвертая часть опрошенных предпочитала также время от времени смотреть игры, конкурсы, викторины.

На втором этапе исследования названные школьниками передачи были подвергнуты анализу с точки зрения их воспитательного потенциала, который содержит транслируемые образцы отношения к человеку, труду, природе, родине, профессии и его влияния на ценностную, интеллектуальную и волевую сферу зрителей.

К сожалению, отношение к другому человеку как к средству достижения личной цели, в том числе как к средству развлечения, сегодня широко представлено на телевидении. Достаточно посмотреть «Дом-2» (ТНТ), «Испытание верности» (ТНТ), «Правила съема» (ТНТ). Опасность этих примеров в том, что в представлении у подростков утверждается принципиальная возможность отношения к человеку как к средству достижения цели, что неизбежно перенесется ими на отношения с другими – в школьном классе, военной казарме, семье. В последние годы на телевидении появился целый ряд коммерческих телепроектов, которые культивируют отношения, не согласующиеся с нормами морали, несут в себе негативный воспитательный потенциал. Яркие примеры подобных «находок» таботников телевидения – проекты «Бешеные деньги», «Веселые баксы», «Бремя денег» и др.

Юноши и девушки далеко не всегда выбирают передачи с высоким ценностным потенциалом. Телепродукция ведущих каналов («Первый канал»), («Культура»), («Россия») предоставляет возможность всем желающим стать зрителем глубоких и несущих в себе высокие ценности телепередач: («Встань и иди»), («Линия жизни»), («Отечество и судьбы»), («Очевидное – невероятное») и др. При соответствующей работе педагога они могли бы стать действенным средством воспитания ценностных отношений личности.

**2.2 Социологический опрос в Промышленновской общеобразовательной школе № 3**

Мое исследование посвящено влиянию телевидения на психологию подростков, на их поведение после просмотра той или иной передачи. Мы приходим домой, во время еды, во время плохого настроения, мы почти всегда смотрим телевизор, а ведь сейчас для этого созданы все условия. Участниками исследования стали учащиеся 10-11-х классов. Всем им была предоставлена разработанная анкета. В анкете содержалось десять основных вопросов, но мы рассмотрим только четыре основных:

1. Какие передачи вам наиболее интересны (Музыкальные, спортивные, образовательные и т.д.)? Ваша любимая передача?

2. Совмещаете ли вы телевидение с другими видами умственной деятельности, таким как учеба, чтение или написание письма?

3. Для вас телевидение заменило много других увлечений и способов отдыха, от которых вы получали удовольствие в детстве (например, чтение книг)?

4. Как вы думаете, какой канал на телевидении сейчас наиболее интересен молодежи в возрасте 12-18 лет?

В анкетировании приняли участие 42 ученика 10-11 классов. В результате анкетирования были получены следующие данные: современной молодежи наиболее интересны музыкальные программы (21 человеку). В основном интерес у молодежи вызывают различные хит-парады (такие как «Русская десятка», «20-ка самых-самых» и др.); развлекательные программы выбрали 14 человек, участвующих в анкетировании, лидирующие место здесь занимают КВН и скандальный телепроект «Дом-2»; третье место, к сожалению, занимают спортивные, образовательные и информационные программы (5 человек), это такие программы как «Итоги», «Умники и умницы» и «Гении и злодеи». 29 человек совмещают просмотр телевидения с другими видами умственной деятельности, в основном это подготовка к занятиям или чтение книг. В процессе анкетирования выяснилось, что несколько подростков (19 человек) телевидению все-таки предпочитают чтение книг, то есть то, что их увлекало в детстве. Самым популярным каналом молодежь считает канал МTV (20 человек), 11 человек считают, что самый часто просматриваемый канал – это МУЗ-ТВ, телеканал СТС смотрят 5 учащихся, за то, что здесь нет никаких информационных выпусков всяких «взрослых» передач, 6 человек назвали другие каналы (Первый канал, НТВ).

В результате проведенной работы были сделаны следующие выводы:

1. Большинство программ, телепроектов, реалити-шоу, все-таки неблагоприятно влияют на психологию подростков, на их поведение после просмотра некоторых программ.

2. Программ отрицательно влияющих на нашу молодежь гораздо больше, чем программ, положительно влияющих на психологию подростков, а также и на их умственные способности.

3. Допускаемое время просмотра телевизора составляет 2 часа и не более (хотя большинство подростков смотрят телевизор около 2-4 часов).

Хотелось бы рекомендовать тинэйджерам проводить у телевизора столько времени, сколько этого рекомендует здравоохранение.

Согласно проведенному исследованию рекомендуется больше смотреть такие программы, как «Умники и умницы», «Своя игра», интеллектуальное телеказино «Что? Где? Когда?», а также просмотр таких каналов, как «Культура» и Discovery. Поменьше времени тратить на просмотр таких программ, как «Дом-2», различных передач, где проявляется агрессия, насилие и нетрадиционный секс.

На мой взгляд необходимо запретить показ программы «Дом-2». Также необходимо запретить показ различных фильмов в эфире центральных каналов, которые содержат сцены насилия, хотя бы отвести таким фильмам и программам отдельное, «недетское» время. В неделю интеллектуальные программы и шоу идут всего лишь один раз, в то время как негативные программы показывают почти каждый день; над этим необходимо задуматься взрослым, которые следят за этим (работникам телевидения).

Анкета.

1. Сколько часов в день вы смотрите телевизор?

2. Вы изучаете программу телевидения в газетах и выбираете передачи, которые вам интересны?

3. Какие передачи вам наиболее интересны (музыкальные, спортивные, образовательные и т.д.)? Напишите вашу любимую передачу.

4. Вы часто забываете про уроки, когда хотите посмотреть телевизор?

5. Вы совмещаете телевидение с другими видами умственной деятельности, таким как учеба, чтение или написание письма?

6. В вашей семье бывают частые ссоры из-за того, какую передачу выбрать и сколько времени проводить у телевизора? Кто чаще всего начинает эти ссоры?

7. Для вас телевидение заменило много других увлечений и способов отдыха, от которых вы получали удовольствие в детстве (например, чтение книг)?

8. Как вы думаете, какой канал на телевидение сейчас наиболее интересен молодежи в возрасте 12-18 лет?

9. Как ваши родители относятся к вашей любимой передаче?

10. Как относитесь к рекламе? Напишите вашу любимую рекламу и рекламу, которая вас раздражает?

**Заключение**

Человек 21 века живет в медиатизированном пространстве, которое составляет его новую среду обитания, реальность современной культуры. Средства массовой коммуникации проникли во все сферы жизни. Медиа стали основным средством производства современной культуры, а не только передаточным механизмом.

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. Через телевидение внедряются ценности и модели поведения, санкционируемые или несанкционируемые обществом, взаимное влияние структур видеокультуры и доминирующих ценностей молодежной среды.

Влияние телевидения на воспитание детей и подростков нельзя оценить однозначно. С одной стороны, их коммерциализация приводит к преобладанию на телеэкранах и страницах периодики насилия, секса, рекламы. С другой стороны, появление новых типов помогает молодежи как в занятиях, так и в расширении кругозора, открывая совершенно новые горизонты знания. Таким образом, телевидение продолжает играть значительную роль в жизни подростка, причем функции, которые оно выполняет, многообразны: это и новости, и интересная информация, и образование, и отдых, и разнообразные развлечения.

Информационное поле нового типа быстрее всего повлияло на молодежь как на наиболее мобильную в культурном отношении группу, попавшую к тому же в ситуацию тотального разрыва с ценностями предшествующего поколения. Молодежь, лишенная традиционно сложившихся на протяжении поколений ориентиров, оказалась подверженной самым разнородным влияниям системы ценностей Запада, которая находится в состоянии идеологического кризиса.

Широко известны данные о насыщенности СМИ актами агрессии, насилия, жестокости. Жестокие сцены, встречающиеся в кинофильмах, нередко влекут за собой рост преступности. Просмотр передач, содержащих сцены насилия, приводит, как это ни печально, к усилению проявлений жестокости в поведении нормальных детей абсолютно всех возрастов, от дошкольников до тинэйджеров.

В наше время завершает существование и развитие один тип человека и складываются условия для образования иного типа, с другой психикой и телесностью, духовностью и системой эстетических ценностей. Сейчас говорят о "втором коперниканском перевороте”, связанном с проникновением "новых технологий” во все сферы общественной жизни и об опасности ее дегуманизации. В этих условиях задачи воспитания молодежи непосредственно связаны с условиями формирования человека грядущей культуры и цивилизации.

При всей свободе рыночных механизмов, во многом определяющих развитие СМИ, важная роль принадлежит и государственному контролю, который должен сдерживать неумеренную коммерциализацию медиа. Современная молодежь, которой предстоит жить в эпоху новых технологий, — это не только потребители, делающие выбор среди предметов потребления, но и участники политического, социального и культурного сообщества, в котором формирование мнения и ценностных структур непосредственно зависит от СМИ. Чтобы не превратить человека в придаток техники, необходимо развивать творческую индивидуальность молодого человека. Поэтому необходима четкая позиция со стороны правительства как в отношении контроля над средствами массовой информации и коммуникации, так и в отношении оптимального использования их потенциала для воспитания полноценного молодого поколения, способного достойно встретить вызов будущего.

**Список литературы**

1. Азбука нравственного воспитания /Под ред. А.И. Каирова, О.С. Богдановой. - М.: Просвещение, 1979. – 318 с.
2. Алешина, И. Постиндустриальное общество и международные коммуникации / И.Алешина // Международное сотрудничество, 2000, №1.
3. Берковиц, Л. Агрессия / Л. Берковиц - СПб.: «Прайм-Еврознак», 2001г.- 361с.
4. Булгаков, А.А. Наши неуправляемые подростки / А.А. Булгаков. - М., 2003г.- 384с.
5. Гамезо, М.В. Возрастная и педагогическая психология / М.В. Гамезо, Е.А. Петрова, Л.М.Орлова. - М.: Издательство Педагогическое общество России, 2003г.- 512с.
6. Психологический словарь / Под ред. В.П.Зинченко. - М.: АСТ, 2004. – 480с.
7. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. / Жан Бодрийяр. - М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 159с.
8. Бордийяр, Ж. Символический обмен и смерть. / Жан Бодрийяр. – М.: Добросвет, 2000.
9. Бореев, В.Ю., Коваленко, А.В. Культура и массовая коммуникация / В.Ю. Борев, А.В.Коваленко. – М.: Наука, 1986. – 302 с.
10. Борецкий, Р.А. Осторожно, телевидение! / Р.А. Борецкий – М.: Издательство ИКАР, 2002 – 224с.
11. Бурдье, П. О телевидении и журналистике. / Пьер Бурдье. - М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002.
12. Вартанов, А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках. / А.С. Вартанов. - М.: КДУ, Высшая школа, 2003.
13. Вартанова, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. [Текст] / Е.Л. Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003.
14. Васильева, Л.А. Делаем новости. / Л.А.Васильева. – М.: Аспект Пресс, 2002.
15. Винер, Н. Творец и будущее. / Н.Винер. – М.: ООО Изд-во АСТ, 2003. – 182с.
16. Влияние современного телевидения на подростков / Х Всероссийские юношеские чтения им. В.И. Вернадского – Режим доступа: http://2003.vernadsky.info/works/qb/index.html
17. Возрастная психология и педагогика /Под редакцией М. В. Гомезо, М. В. Матюхиной, Т.С. Михальчик. – М.: Просвещение, 1984
18. Возрастная и педагогическая психология /Под редакцией А. В. Петровского. – М.: Просвещение, 2004. – 346с.
19. Воробьев, Г.Г. Молодежь в информационном обществе. / Г.Г.Воробьев. - М.: Молодая гвардия, 1990. – 255 с.
20. Голядкин, Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. / Н.А.Голядкин. – М.: Аспект Пресс, 2004.
21. Засурский, Я.Н. Информационное общество и средства массовой информации / Я.Н. Засурский // Информационное общество, 1999, вып.1. С. 36–40.
22. Зелинский, С.А. Психотехнологии гипнотического манипулирования сознанием / С.А. Зелинский. – Режим доступа: http://psyfaktor.orq/lib/zelinski2\_00.htm
23. Ковалева, И.А. Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социализационная траектория / И.А.Ковалева //Социологические исследования.- 2003.-№ 1.
24. Кон, И.С. Психология юношеского возраста / И.С.Кон. - Москва, 1975
25. Лакан, Ж. Телевидение. / Жан Лакан. – М.: ИТДК «Гнозис», Издательство «Логос», 2000.
26. Луков, В.А. Особенности молодежных субкультур в России / В.А.Луков // Социологические исследования, 2002. - № 10.
27. Матвеева, Л.В. Психология телевизионной коммуникации. / Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, Ю.В.Мочалова. - М.: РИП-холдинг, 2002. – 132с.
28. Очерки по истории Российского телевидения – М.: Вокресенье, 1999. – 344с.
29. Пацлаф, Р. Застывший взгляд. Физиологическое воздействие телевидения на детей / Р.Пацлаф. – Режим доступа: http://www.qumer.info/bibliotek\_buks/Psihol/Pac/index.php
30. Поберезникова, Е.В. Телевидение взаимодействия: Интерактивное поле общения. / Е.В. Поберезникова. – М.: Аспект Пресс, 2004.
31. Почепцов, Г.Г. Теория и практика коммуникации. / Г.Г. Почепцов. – М., 1998.
32. Практикум по возрастной и педагогической психологии /Под редакцией проф. А.И. Щербакова. – М.: Просвещение, 1982
33. Проблемы медиапсихологии. - М.: «РИП-холдинг», 2002. – 146с.
34. Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. - М., 1990. - С. 21.
35. Рашкофф, Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. / Д.Рашкофф. - М.: Ультра. Культура, 2003. – 166с.
36. Саппак, В. Телевидение и мы. Четыре беседы. [Текст] / В.Саппак. - М.: «Искусство», 1988. – С. 16.
37. Сивулка, Дж. Мыло, секс и сигареты. / Дж. Сивулка. - СПб: Питер, 2002. – 341с.
38. Сластенин, В.А. и др. Педагогика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов; Под ред. В.А. Сластенина. - М.: Издательский центр «Академия», 2002. - 576 с.
39. Трубицына, Л.В. Средства массовой информации и психологическая травма / Л.В. Трубицина; Сост. Е.Е. Пронина // Проблемы медиапсихологии. - М.: РИП Холдинг, 2002 г . - 352 с.
40. Федоров, А.В. Влияние телеэкранного насилия на детскую аудиторию в США / А.В.Федоров //США-Канада: Экономика, политика, культура. - 2004. - N 1. - С.77-93.
41. Юровский, А. Телевидение — поиски и решения. / А. Юровский. - М.: Искусство, 1983.

1. • Зелинский С.А., 2008 [↑](#footnote-ref-1)
2. •• Зелинский С.А., 2008 [↑](#footnote-ref-2)
3. • Засурский Я.Н.Информационное общество и средства массовой информации // Информационное общество, 1999, вып.1. С. 36–40. [↑](#footnote-ref-3)
4. • Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М.: РИП-холдинг, 2002, С. 86 [↑](#footnote-ref-4)
5. • Практикум по возрастной и педагогической психологии /под редакцией проф. А. И. Щербакова, Москва,1982, С. 345 [↑](#footnote-ref-5)
6. •• Кон И.С. Психология юношеского возраста.- М, 1975 [↑](#footnote-ref-6)
7. • Пацлаф Р. Застывший взгляд, 2007 [↑](#footnote-ref-7)
8. • Влияние современного телевидения на подростков /Х Всероссийские юношеские чтения им. В.И.Вернадского, 2007 [↑](#footnote-ref-8)
9. •• Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты. СПб: Питер, 2002. – С. 341. [↑](#footnote-ref-9)
10. • Федоров А.В. Влияние телеэкранного насилия на детскую аудиторию в США//США-Канада: Экономика, политика, культура. - 2004. - N 1. - С.77- 93 [↑](#footnote-ref-10)
11. • Федоров А.В. Влияние телеэкранного насилия на детскую аудиторию в США//США-Канада: Экономика, политика, культура. - 2004. - N 1. - С.77-93. [↑](#footnote-ref-11)
12. •• Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение! – М.: Издательство ИКАР, 2002 – С. 124–126. [↑](#footnote-ref-12)
13. • Трубицына Л.В. Средства массовой информации и психологическая травма// Проблемы медиапсихологии/ Сост. Е.Е.Пронина. - М.: РИП Холдинг, 2002 г . - 352 с. [↑](#footnote-ref-13)
14. • Федоров А.В. Влияние телеэкранного насилия на детскую аудиторию в США//США-Канада: Экономика, политика, культура. - 2004. - N 1. - С.77-93. [↑](#footnote-ref-14)