

В конкурсе участвовали сценарии, в которых разработана тема «Праздник книги и чтения в детской библиотеке», написанные как специально для этого конкурса, так и подготовленные ранее. Девизом конкурса стали строки В. Берестова «Как хорошо уметь читать», а ключевыми словами – КНИГА, ЧТЕНИЕ, БИБЛИОТЕКА.

В РГДБ были присланы почти 200 сценариев, посвященных дням библиотек, грамотности, славянской письменности, букваря, неделе детской книги. В ряде сценариев в игровой форме излагаются основы библиотечно-библиографических знаний, история книжного дела, история возникновения знаменитых книг, жизнь и вклад

в развитие книжного дела знаменитых издателей, собирателей книг.

В целях наиболее полного и квалифицированного знакомства с присланными сценариями в РГДБ было создано жюри, в состав которого вошли библиотекари и библиографы с большим опытом работы.

В рубрике «Сценарии» будут опубликованы два сценария под общим названием «Этот многоликий мир информации», присланных на этот конкурс. Его авторы – библиотекари г. Мурманска.

В дальнейшем мы планируем совместное с издательством «Школьная библиотека» издание сборника, в который войдут лучшие сценарии.

В. П. ЧУДИНОВА,
кандидат педагогических наук,
Российская государственная детская библиотека

Социализация личности ребенка и медиа: острые проблемы



«В структуре досуга телесмотрение находится у подростков на первом месте, тогда как чтение – на четвертом»

(Данные Всероссийского исследования «Российские подростки в информационном мире» 1997–1998 гг.).

«...С позиций коммерческой выгоды дети дохода не приносят»

Из размышлений автора о современности

Из сайта Государственной Думы: <http://www.duma.gov.ru/> :

«Комитет по делам женщин, семьи и молодежи провел «круглый стол» на тему: **«Законодательное обеспечение информационной безопасности детей и молодежи в России».**

На заседании обсуждены состояние и проблемы правового регулирования информационной безопасности детей и молодежи, специфика информационной безопасности несовершеннолетних; государственная информационная политика в интересах детей и молодежи.

Открывая заседание «круглого стола», председатель Комитета Екатерина Лахова подчеркнула актуальность обсуждаемых проблем, решить которые можно только при взаимодей-

ствии органов власти и общественных организаций.

Заместитель директора НИИ проблем укрепления законности и правопорядка при Генпрокуратуре Владимир Лопатин отметил, что **надо поставить законодательный барьер на пути «вредной» информации, негативно влияющей на подрастающее поколение. Полезно обратиться к опыту европейских стран, в частности, Франции и Германии. В. Лопатин предложил включить информационную безопасность несовершеннолетних в качестве самостоятельного раздела в соответствующую федеральную целевую программу.**

Сотрудник НИИ проблем укрепления законности и правопорядка при Генпрокуратуре Ольга

Пристанская отметила, что при столкновении права на свободу слова и права общества на информационную безопасность приоритет должен отдаваться второму. По сравнению с международным законодательством, в котором информационные стандарты определены достаточно четко, российское законодательство слишком декларативно. О. Пристанская высказалась за усиление ответственности за пропаганду войны, наркотиков, способов совершения преступлений и их сокрытия. По мнению заместителя председателя Комитета по информационной политике Бориса Резника, запретительные меры не помогут. Необходимо менять государственную политику в отношении СМИ, которым должна быть предоставлена экономическая самостоятельность. Участники «круглого стола» пришли к выводу, что система законодательных мер вместе с общественным контролем – это тот путь, по которому должна пойти Россия, решая задачу информационной безопасности подростков и молодежи. Обсуждение темы Комитет планирует продолжить на парламентских слушаниях в октябре. (Управление по связям с общественностью и взаимодействию со СМИ)

Информационное письмо членов Комитета:

«Широкое распространение среди молодежи образцов массовой культуры, основанных на культе насилия и жестокости, и другие нарастающие угрозы информационной безопасности снижают эффективность системы образования и воспитания молодых россиян. Несовершенство нормативной базы, регулирующей отношения в информационной сфере, а также недостаточность правоприменительной практики в области защиты интересов детей и молодежи в СМИ требуют принятия конструктивных решений

Определяя стратегию совершенствования правовых механизмов для защиты прав и законных интересов детей и молодежи в информационной сфере, Комитет по делам женщин, семьи и молодежи под председательством Е.Ф.Лаховой провел 19 апреля 2004 г. в Государственной Думе круглый стол на тему «Законодательное обеспечение информационной безопасности детей и молодежи в России».

Основная проблема, которая обсуждалась на нем, относилась к необходимости разработки законодательных инициатив по защите подрастающего поколения от нарастающих информационных угроз и осуществлению мер государственной поддержки отечественных производителей информационного продукта для детей и молодежи.

На круглом столе обсуждены **темы:**

- состояние и проблемы правового регулирования информационной безопасности детей и молодежи;
- общепризнанные международные принципы и стандарты, направленные на защиту несовершеннолетних от опасного информационного воздействия, и их отражение в российском законодательстве;
- специфика информационной безопасности несовершеннолетних и правовые механизмы ее обеспечения;
- зарубежный опыт по предупреждению негативных информационных воздействий на детей и молодых граждан;
- пути развития теле— и радиовещания для детей и юношества, а также детской и молодежной периодической печати;
- меры государственной поддержки отечественных производителей информационной продукции для детей и молодежи;
- поддержка инициатив общественных объединений, организаций и граждан в обеспечении информационной безопасности детей и молодежи;
- выработка цивилизованных форм общественного контроля в информационной сфере» и др.»

От автора: Материал, предложенный ниже, был специально подготовлен для новой книги, которая в скором времени выйдет в приложении к журналу «Школьная библиотека» (серия 1). Несмотря на то, что акцент здесь сделан на телевидении – области, казалось бы, довольно далекой от деятельности библиотекарей, с нашей точки зрения, этот материал очень важен. Телевидение – очень мощное средство воздействия на ребенка и подростка, и его влияние, как правило, недооценивается. Однако именно телевидение во многих регионах России – это зачастую основной источник получения детьми и юношеством информации. Между тем, сегодня его влияние особенно противоречиво: оно несет как худшие, так и лучшие образцы поведения, которым склонны следовать юные. Главное противоречие, в котором сегодня идет процесс социализации (и, в том числе, воспитания личности) – это разные ценности, которыми руководствуются люди из различных социальных институтов общества: так, **если библиотекари, как правило, стремятся дать лучшие книги, надежную и проверенную информацию, то создатели многих**

сегодняшних кинофильмов, сериалов и передач стремятся во что бы то ни стало привлечь зрителей к телеэкранам (как правило, для получения максимальных доходов от рекламы, идущей во время популярных передач). Их не особенно волнует проблема агрессии и насилия на экране. Но она волнует родителей и всех других воспитателей, которым далеко не безразлично то, что увидят на экране их дети.

Телеэкранны – это только один из каналов массовой коммуникации. Есть и другие, в том числе пресса и Интернет. В нашем случае, телевидение оказалось тем медиаканалом, где проблема проявляется особенно остро. К сожалению, проблема сильного, но далеко не всегда позитивного влияния различных видов медиа на детей сегодня встает перед нами в полный рост.

Всем сегодня необходимо стать более сведущими, более знающими и просвещенными для того, чтобы изменить эту ситуацию. О необходимости этого уже давно говорят педагоги, воспитатели, родители, общественные, а также многие государственные деятели. Библиотекари – это те, кто работает с информацией и знаниями, это те, кто особенно ценит культурные и общечеловеческие ценности, и это те, к кому идут дети за советом и консультациями, а также – за лучшими книгами, а также – компакт-дисками. **Библиотеки в отношении ряда СМИ во многом выступают как альтернативные организации, задача которых – дать лучшее и уберечь читающего ребенка от их разлагающего влияния. И, кроме того, многие библиотекари сегодня (как и раньше) – это авторы и популяризаторы статей о чтении и в библиотеках, это также создатели телепрограмм для читающей публики, в том числе и для детей. Поэтому сегодня особенно нужно принимать участие во всех действиях (в том числе и популяризации и поддержке) которые могут изменить ситуацию и дать детям возможность читать, видеть, слышать все лучшее – то, что даст им опору в этой жизни.**

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ РЕБЕНКА И МЕДИА: ОСТРЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Усвоение личностью образцов культуры во все времена и у всех народов происходило, прежде всего, с помощью особого социального института – семьи. Именно родители, а затем уже и другие социаль-

ные институты общества, говорили, каким правилам следовать ребенку, подростку, юноше и девушке. Времена менялись, и родители стали постепенно передоверять эти функции другим – воспитателям, школе, религиозным организациям. **В эпоху «экранной культуры» значительное место в процессе социализации личности стали играть средства массовой информации, особенно – электронные.**

РЕСУРСЫ МЕДИАСРЕДЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ: СОЦИОДИНАМИКА ПРОЦЕССА

Разные виды медиа вносят различный вклад в социализацию личности. В Советский период (во многом благодаря заботе государства о детском чтении и литературе для детей) художественная литература играла в массовом детском чтении особую роль. **У многих детей в структуре досуга чтение занимало первое место.** Постепенно развивалось государственное радиовещание и телевидение, росло число каналов; в то же время увеличивалось число программ для детей, создаваемых для них фильмов и мультфильмов. **Начиная с 90-х гг., картина резко изменилась.** 90-е гг. – период развития рынка и смены идеологии. **Однако, с позиций коммерческой выгоды, дети дохода не приносят.** В связи с этим, в 90-е гг. (так же как, и в начале нового века в России) происходит снижение заботы о них государством, в целом идет ухудшение положения детства.

Снижение заботы о детях государством проявилось также в сфере политики в области средств массовой коммуникации – печати, радио, телевидения, детского киноискусства и мультипликации. В сфере книгоиздания недостаточно поддерживалось издание детских книг и творчество писателей, пишущих для детей, почти перестали создаваться детские фильмы и мультфильмы, сократилось количество программ для детей на радио и телевидении. **Деньги на детских передачах сделать сложно, поскольку российское законодательство запрещает**

¹ Рондели Л.Д. «Киномену» школьников // СОЦИС. 1995. №3; Жабский М.И. Вам нужно российское кино? //СОЦИС. 1994. №4; Жабский М.И. Вестернизация кинематографа: Опыт и уроки истории //СОЦИС. 1996. №2; Иосифян С.А., Петровский В.А. Кинематограф: детский и подростковый // СОЦИС. 1995. №3; Полуэхтова И.А. Американские фильмы на российском киноэкране //СОЦИС. 1994. № 10.; Полуэхтова И.А. Кино в оценках и представлениях современного зрителя //СОЦИС. 1996. №2.

размещать там рекламу, да и аудитория у них невелика (отсюда и низкий рейтинг). В связи с этим детские передачи изначально неприбыльны, и производиться в последние 15 лет их стало гораздо меньше, чем в советский период. Этот период особенно неблагоприятен для детского теле- и радиовещания. С телевидения (а также и радио) «ушли» многие прекрасные детские передачи и фильмы, отечественную продукцию для детей заменили далеко не лучшие образцы западной продукции. Утрата детьми и подростками специально созданной для них лучшей кино- и видеопродукции, телевизионных программ привела к замене их продукцией для взрослых¹.

В то же время снижение у семей с детьми ресурсов и возможностей для активного и творческого проведения досуга (походы в театры, музеи и др.) привело к росту телезрительства. В этих условиях наиболее доступные виды медиа и медиапродукции стали играть особенно большую роль в формировании личности ребенка и подростка. Неудивительно в связи с этим, что с периода начала 1990-х гг. и по сегодняшний день **большой, и, к сожалению, далеко не лучший вклад в социализацию детей внесло и продолжает вносить телевидение.** Прежде всего, именно оно во многом задавало и задает те социальные образцы, которые воспринимаются многими детьми и подростками.

В последнее время в процесс социализации входит новый вид агента – компьютерные игры. Игра – это целый мир, причем здесь активно задействованы ведущие мотивы для развивающейся личности – это мотивы любознательности и жажды нового, мотив участия в процессе – исследования, поиска, экспериментирования – действия по освоению мира – то есть именно то, что движет детьми, когда они растут.

Однако все медиа – это лишь инструменты, которые можно использовать для развития личности по-разному. Есть медиа менее сильные и более сильные, каждый вид медиа имеет свой язык, свою специфику, и каждый вид медиа оказывает то или иное влияние.

Поэтому разберемся, какие медиа и каким образом влияют на социализацию личности. В этом разделе мы более подробно остановимся на самом мощном «старом» виде медиа – телевидении

ДОСУГ И ВЫБОР МАССМЕДИА ДЕТЬМИ И ПОДРОСТКАМИ: СОЦИОДИНАМИКА ПРОЦЕССА

В советский период – 80-90 гг. – телевидение играло значительную роль. Прежде всего, задавало те социально одобряемые образцы, которые были восприняты многими детьми и подростками. Однако в этот период телевидение было в отношении детей намного гуманнее, чем в конце 1990-х гг. и в начале нового века. На рубеже веков оно вносит в развитие детей значительный, но, к сожалению, далеко не лучший вклад.

О популярности проведения досуга у телеэкрана у детей, подростков и юношества свидетельствуют материалы многих исследований. Так, по данным всероссийского исследования «Российские подростки в информационном мире» (1997-1998 гг.) в структуре досуга **телесмотрение находится у них на первом месте (76,7%), тогда как чтение – на четвертом (49,1%)².**

В последние годы досуг у городских школьников значительно изменился. Согласно данным исследования московских школьников – подростков (1999 г), по степени популярности в свободное время просмотр телепередач был у них на первом месте (55,5%). Для того, чтобы представить, как жили и проводили свободное время московские подростки 13-16 лет в конце 1990-х гг., воспользуемся данными социологического исследования «Современный подросток: проблемы жизнедеятельности», проведенным Государственным научно-исследовательским институтом семьи и воспитания³.

Отличительной чертой, характеризующей свободное время современного подростка, было отсутствие организации его досуга. Различными формами внешкольной деятельности было занято менее трети школьников, в основном, младшие подростки. Часть подростков (14%) досуга почти не имеет, поскольку они трудятся, сами зарабатывая деньги. (Пятая часть подростков указала на нехватку свободного времени, но 56,1% хотели бы заниматься в сфере дополнительного образования).

В исследованиях 1980-1985 гг. был отмечен сдвиг в сторону возрастания роли телевидения в

² Российские подростки в информационном мире. – Творческое объединение Юнпресс, 1998. С.8.

³ Современный подросток: проблемы жизнедеятельности, Итоги социологического исследования. – М.: Государственный НИИ семьи и воспитания. – 1999 – 80с.

структуре свободного времени старших школьников, за телепросмотром в структуре досуга следовали прогулки с друзьями, занятия спортом.

Свободное время в выходные дни в 1998 г. московский подросток проводил в таких занятиях как:

- ✓ просмотр телепередач – 55,5%
- ✓ слушание музыки – 51,7%
- ✓ игра на компьютере – 28,3%
- ✓ разговоры с друзьями по телефону – 27,9%
- ✓ просмотр видеокассет – 26,4%
- ✓ чтение – 24%.

Во второй половине 1990-х гг. ведущей формой проведения свободного времени городского подростка стало телевидение, хотя постепенно растет и увлечение видео. В будни каждый третий опрошенный смотрел ТВ в течение 1-2 часов, каждый пятый – 2-3 часа, каждый седьмой проводил у телевизора 3-4 часа. А в выходные дни это время возрастало. Как девочки, так и мальчики предпочитали смотреть зарубежные художественные фильмы, затем – развлекательные шоу и музыкальные передачи. Однако в более старшем возрасте – у 16-летних юношей и девушек повышается интерес к отечественным художественным фильмам, а у мальчиков – к информационным и научно-популярным телепередачам

По сравнению с двумя предыдущими поколениями (1960-1980 гг.) время на чтение заметно сократилось. Так, например, в 1966 г. чтение занимало первое место, затем – просмотр телепередач, посещение кино, разные виды творчества. По данным А.Я. Журкиной, в 1967 г. художественную литературу читали регулярно от 77 до 86% школьников, затрачивая на чтение в среднем 40 мин, а в выходные – 1 час. 40 мин.

Согласно данным этого исследования, в будний день чтением занимались 28% подростков, в выходные дни – 24%. Исследователи считают, что круг читательских интересов заметно сузился, так, в 1966 г. 66,4% школьников читали русскую классику, 31% – зарубежную литературу, 65% – журналы, газеты, а уже в 1998 г. 26% предпочитают фантастику, 24% – детективы, 23% – юмористические произведения. Многие девочки тяготели к «любовным романам», русскую классику из них читали лишь 14,1%, а зарубежную – 8,7% (т.е. в 1990-е гг. усилилось стремление к «легкому» чтению).

ДОСУГ И ВЫБОР МЕДИА ДЕТЬМИ И ПОДРОСТКАМИ: СИТУАЦИЯ В НАЧАЛЕ ВЕКА

Приведем данные последних исследований КОМКОНа⁴. По данным опроса КОМКОНа тысячи девятилетних детей по всероссийской выборке и семисот детей в Москве выходит, что телевизор держит первенство в досуге нового поколения. Малыши-дошкольники проводят у экрана около 2 часов ежедневно, а лидерами просмотра телевизионных передач являются подростки в возрасте от 13 до 15 лет – более трех с половиной часов в день. Дети смотрят на телевидении не только мультфильмы и другие передачи. Они являются наиболее активными реципиентами рекламного сообщения: как показали исследования зрительского поведения, в среднем каждый второй дошкольник смотрит рекламу. Среди 13-15-летних подростков таких чуть более 20%.

Газеты и журналы также читаются: если в младшем школьном возрасте газеты и журналы (в основном, конечно, комиксы и телегазеты) читает каждый второй ребенок, то к моменту расставания со школой – более 65%, а репертуар чтения дополняется молодежными изданиями и глянцевыми журналами. В среднем на чтение ежедневных газет подростки тратят немногим более одного часа в неделю (меньше 9 минут в день). Подростки больше читают периодику, чем взрослые: треть тинейджеров регулярно читают более 10 печатных изданий, а такое же количество – менее четверти взрослых.

Какие темы привлекают наибольшее внимание и популярны у школьников? Согласно данным КОМКОНа, это анекдоты (32%), кроссворды (31%), гороскопы (23%), анонсы телепередач (21%), а также мода (17%) и др. Если для взрослых специфическими, характерными темами являются экономические и политические обзоры, садоводство и популярная педагогика, то для тинейджеров – новости кино, светская жизнь знаменитостей, путешествия и компьютерные технологии.

Приведем также другие данные⁵. Дети и подростки 4-18 лет все же смотрят телевизор немного меньше, чем взрослые (на 25% меньше среднестатистического жителя России). В последние несколько лет, с ростом возможностей, дети и подростки все больше смотрят не центральные, а «малые» – сетевые каналы. Дети 4-12 лет смотрят телевизор больше днем,

⁴ Залесский П. Телевизор- лучший друг //известия. – 2003. – 2 июня. С. 14.; <http://www.izvestia.ru/media/article34471>

⁵ Тертычный Д. Голубой экран глазами ребенка // <http://izvestia.ru/media/article34473>.

меньше – вечером, и мало – после 23 час. Они предпочитают смотреть каналы: СТС, REN-TV, днем также – MTV. Это связано с тем, что в дневное время на этих каналах показывают мультфильмы, детские сериалы, программы для детей и юношества. Интенсивно смотрят дети и подростки и рекламу, особенно «телемагазины». Подростки предпочитают каналы с музыкальными и спортивными передачами.

Удовлетворение музыкально-развлекательных и информационных потребностей детей не ограничивается телевидением. Согласно данным КОМКОН, примерно треть дошкольников регулярно слушают радио, к 13-15 годам доля радиослушателей увеличивается до 80%.

Радио очень популярно у тинейджеров и служит для 12-19-летних преимущественно средством отдыха и развлечения (музыкальные передачи и различные группы на каналах «Ультра», «Динамит FM». «Европа Плюс». «наше радио», Русское радио», девочки и девушки – «Love Радио» и др.⁶).

Согласно данным исследований П. Залеского, более половины школьников (57%) также смотрят видео. Как правило, это комедии, боевики, фантастика. В кино дети и подростки ходят заметно чаще взрослых. Если среди младшего поколения доля посещающих кинотеатры не реже одного раза в месяц составляет 16% (в Москве даже 25%), то среди взрослых – только 6%.

В последние 2-3 года тинейджеры активно осваивают Интернет. Оттуда школьники скачивают рефераты, компьютерные игры и музыку (соответственно 45, 39 и 36% пользователей Интернета в этом возрасте). Согласно последним данным исследователей, компьютер и компьютерные игры несколько «вытесняют» из досуга детей и подростков телевидение.

ФУНКЦИИ МЕДИА

Как известно, массовая коммуникация (МК) – это распространение с помощью специальной системы средств информационных сообщений, ориентированных на восприятие разными группами людей. (Сегодня специалисты все больше используют термин массмедиа или медиа).

Обычно к числу функций, которые телевидение выполняет в обществе, относят: информи-

⁶ Исследования аудитории радиостанций Москвы // <http://www.radiportal.ru/educat42.shtml>

⁷ Школьник Л.С. О педагогических функциях массовой коммуникации // Влияние средств массовой коммуникации на интересы детей и молодежи: Сб. науч. тр. – М., изд. АПН СССР, 1989. С. 4-7.

рование, пропаганду, просвещение, воспитание, релаксацию, а также функции интеграции – создания коллективного общественного мнения, координации подсистем общества для реализации общих целей и др.

В социально-педагогическом плане исследователи выделяют как значимые следующие **функции МК**:

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

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

Социально-проблемная. Средства приобщают каждого члена общества к важнейшим актуальным проблемам современности. При этом учитывается желание зрителей, читателей, слушателей быть в курсе общественного мнения, обсуждать насущные вопросы, которые волнуют миллионы людей.

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

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

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

Исследователи также выделяют **негативные функции функционирования СМК** в обществе:

Это **информационные перегрузки**, т.е. большой объем информации, которая приводит к переутомлению и нервным расстройствам (так называемый «информационный невроз»);

Криминальные последствия. Это подражание героям массовой коммуникации, которое в силу специфики детской и молодежной аудитории, ее морально-нравственной сферы может иметь как положительные, так и негативные последствия.

Компенсаторный эффект возникает при острой эмоциональной недостаточности, которую испытывают дети в современной рационализированной жизни. Это побуждает их искать недостающие эмоции не в актуальной деятельности, а в красочном и ярком мире массовой коммуникации.

Наркотизирующий эффект появляется, когда досуг становится «пассивным» и «пустым» времяпровождением перед экраном, и медиа забирают часть энергии, необходимой для участия в реальной жизни.

И хотя экранные медиа поднимают уровень информированности личности, но одновременно **Мозаичность информации**, идущей по каналам МК, приводит к хаотичности, фрагментарности знаний у зрителей, слушателей, читателей.

Эффект раздвоения сознания возникает в результате искаженного изображения действительности средствами МК.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ

Могут ли средства массовой коммуникации быть «воспитателями»? Да, поскольку многие из нас помнят, какое сильное воздействие оказала на нас в детстве или отрочестве любимая книга. Герои ее часто становились идеальными образами – объектами для подражания. Сегодня эту роль все чаще выполняют герои кино и телеэкрана.

СМИ и их роль в воспитании личности огромна, но обычно недооценивается. Исследователи, которые хотя бы раз столкнулись с этой проблемой, обычно остаются под ее впечатлением очень долгое время. Например, американские исследователи, изучавшие в 80-е гг. влияние телевидения на детей, назвали электронные СМИ – особенно телевидение – «воспитателями, не имеющими себе равных». Так ли это? Сопоставимо ли влияние этих «вторичных агентов социализации» по сравнению с «первичными» – родителями, учителями и др.?

Введем несколько понятий, которыми пользуются социологи и социальные психологи.

Социализация – процесс усвоения индивидуом образцов поведения, психологических механизмов, норм и ценностей, необходимых для

успешного функционирования индивида в обществе. Социализация охватывает все процессы приобщения к культуре, коммуникации и образования, с помощью которых человек приобретает социальную природу и способность участвовать в социальной жизни, обеспечивая передачу культуры от поколения к поколению. Некоторые из факторов социализации действуют в течение всей жизни, создавая и изменяя установки индивида, другие – на отдельных стадиях жизни.

Социализация – это широкий процесс взаимодействия личности с социальной средой, и она может протекать стихийно, и осуществляться под воздействием различных компонентов этой среды. Частью процесса социализации может быть воспитание личности. Воспитание – это целенаправленный процесс воздействия на личность ребенка, подростка, юноши и девушки, который осуществляют родители, педагоги, воспитатели и др. субъекты. Ребенок же в данном случае – это объект целенаправленного воздействия того или иного воспитателя, который обычно знает, что именно он хочет воспитать и как, с помощью каких методов он это сделает.

Семья является первым в жизни социализирующим агентом. Многие социальные психологи выделяют две стадии социализации: первичную, характерную для раннего детства, и стадию интернационализации установок и норм, или стадию формирования процессов саморегуляции, на которой происходит замена внешних санкций внутренним контролем, что является конечной целью успешной социализации индивида. Социальные правила становятся как бы частью самого индивида, его «Я».

Ранняя социализация – решающий период в жизни индивида, во многом определяющий его личность и последующее участие в социальной жизни.

В нашем обществе дети в значительной мере усваивают роли и правила поведения из телевизионных передач, фильмов, журналов, книг и других средств массовой коммуникации. Символическое содержание, представленное в этих медиа, оказывает глубокое воздействие на процесс социализации, способствуя формированию определенных ценностей и образцов поведения. Некоторые исследователи считают, что воздействие телевидения на процесс социализации почти так же велико, как влияние родителей.

Продолжение следует