

Секция «Государственная политика России: проблемы и направления развития»

**Влияние средств массовой коммуникации на становление мировоззрения
младших школьников**

Солдатова Александра Владимировна

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,

Екатеринбург, Россия

E-mail: soldatova_sasha@mail.ru

Издавна люди считали, что мировые открытия и развитие НТП идёт по пути эволюции и качественно новой и лучшей жизни. С одной стороны, наша жизнь стала проще, с появлением телефонов и Интернета мы можем быстро находить любую интересующую нас информацию, но, с другой стороны, мы становимся зависимы от плодов наших изобретений и совсем не замечаем, как они заполняют нашу жизнь.

Одним из таких плодов является телевидение, которое непосредственно влияет на наше мировоззрение и поведение. Через него мы впитываем традиции не только своей страны, но и других стран: новые образцы поведения, иностранные ценности, которые порой идут в разрез с российскими. Таким образом, у современного человека и в частности у подрастающего поколения формируется иная картина мира. А от того, какие качества будут заложены у ребёнка с рождения и в последующей жизни, будет зависеть какое общество ждёт нашу страну через несколько лет.

Коммуникация - система, в которой осуществляется взаимодействие; процесс взаимодействия; способы общения, позволяющие создавать, передавать и принимать разнообразную информацию [4, с. 4].

Под средствами массовой коммуникации (СМК) подразумеваются пресса, радио, телевидение и другие средства, обеспечивающие коммуникацию. СМК - категория более широкая, чем СМИ [1, с. 151]. Массовая коммуникация представляет собой систему взаимосвязей, позволяющую получить практически одновременный доступ к социально значимым сообщениям большому числу людей, независимо от места расположения и социального статуса. Как правило, она осуществляется специализированными организациями [4, с. 24].

СМК, по мнению профессора МГУ Е.П. Прохорова, являются «специфическим социальным институтом», т.е. основное назначение СМИ и СМК в создании полной картины жизни общества через освещение функционирования каждого социального института.

Существуют различные теории, объясняющие воздействие СМИ на человека и его социализацию. Например, теории социального учения, социализма и др.

Теория социального научения. Согласно этой теории человек усваивает модели поведения, ориентируясь на окружающих его лиц и, имитируя их действия [3, с. 32].

Теория социализма акцентирует внимание на том, как СМИ, благодаря своему продолжительному воздействию, становятся источником наших знаний о мире и нашей роли в нем. Ее последователи утверждали, что в век телевидения дети социализируются и начинают исполнять взрослые роли намного раньше. Телевидение - это окно, через которое дети узнают о мире взрослых. Таким образом, влияние телевидения заключается в том, что дети становятся похожими на взрослых, а взрослые - похожими на детей [3, с. 33].

Большое воздействие на младшие поколения оказывает мультипликационный кинематограф [2]. Мультипликация - киносъёмка рисунков или кукол, изображающих отдельные моменты движения, а также фильм, полученный такой съёмкой [6].

Мультфильмы, телевидение, СМИ начинают влиять на ребенка с ранних лет его жизни и продолжают свое воздействие на всех этапах социализации индивида. На основе этого у человека выстраиваются определенные модели поведения и мировоззрение.

Мировоззрение - система взглядов, т.е. знаний и представлений, оценок и идеалов, норм и принципов, обуславливающих отношение человека к окружающей его природной и социальной действительности, к самому себе и тем самым определяющих его поведение и деятельность в нем [7]. Оно меняется и формируется всю жизнь как результат воспитания и приобретения жизненного опыта. На мировоззрение человека с детства влияют различные факторы [5].

Ребёнок через призму мультфильмов и телепередач «впитывает» ту закодированную информацию, которая передается с телеэкранов. Она, откладываясь и сохраняясь, служит платформой для понимания окружающего мира. Это различные образы, всего того, на что ребёнок будет ориентироваться потом всю жизнь [5].

Осенью 2015 года в МАОУ СОШ № 69 было проведено социологическое исследование на тему «Роль телевидения и мультипликации в жизни младших школьников». В исследовании приняли участие обучающиеся 2 классов (123 ребенка). А также был проведен контент-анализ современных телевизионных программ.

На основе данных социологического опроса дети чаще всего смотрят мультфильмы, на 2 месте - познавательные программы и на 3 - конкурсы. Любимыми качествами героев является смелость, чувство юмора и доброта, в свою очередь, им уступают такие качества как преданность, умение дружить и скромность. И на основе контент-анализа мы получаем, что иностранных мультфильмов и развлекательных программ больше в 1,5-2 раза по сравнению с отечественными. А значит зарубежные мультики навязывают своё понимание о ценностях дружбы, семьи, правильного поведения. Они пропагандируют свой образ жизни и тип мышления. Получается, что если с этим ничего не делать, то лет через 10 мы будем иметь поколение, воспитанное на западной культуре.

В большинстве случаев дети предпочитают смотреть телевизор другим. И от того, что смотрит ребёнок, будет зависеть, какие образцы поведения он в себя впитает. Поэтому очень важно российским телеканалам и государству уделить должное внимание по формированию телепередач с учётом специфики возраста и традиций страны. Составление телевизионной программы на основе российских фильмов и мультфильмов будет развивать национальные основы мировоззрения, прививая элементы отечественной культуры.

Источники и литература

- 1) Киселев А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью». М: Юнити-Дана, 2012. С. 432
- 2) Кузнецова Е.М. «О специфике мультипликации» // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: философия, социология, право. 2013 №23(166). Выпуск 26 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-spetsifike-multiplikatsii>
- 3) Романов А. А. Массовые коммуникации: учебно-практическое пособие. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2010. С. 175
- 4) Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: учебник. Академический проект, 2005. С. 130

- 5) Научно-практические конференции ученых, студентов и школьников с дистанционным участием. Авторские и коллективные монографии. Научная статья "Особенности формирования духовно-нравственного мировоззрения младших школьников" Ахтырская Елена Николаевна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sibac.info/20537>
- 6) Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedu.ru/expdic/16219>
- 7) Энциклопедия экономиста. Мировоззрение и его структура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/filosofiya/mirovozzrenie.html>