

Социально-педагогические возможности СМИ

Слушатель второго года обучения группы ПДС-172,
Специальность переподготовки 1-23 01 71
«Педагогическая деятельность специалистов»
Ловец Татьяна Андреевна

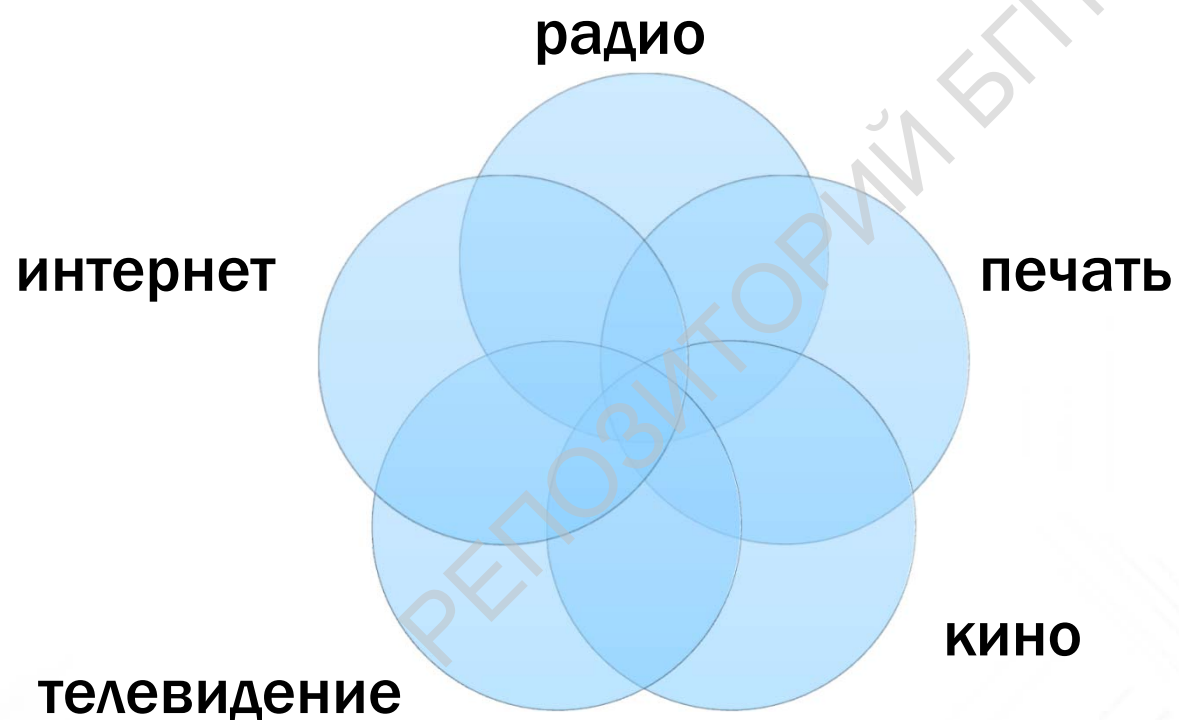
Средства массовой информации (СМИ)

это форма периодического распространения массовой информации с использованием печати, телевизионного вещания и радиовещания, глобальной компьютерной сети Интернет

Закон Республики Беларусь

О Средствах Массовой Информации

К основным видам СМИ относятся:



Основные функции СМИ:

общественно-политического воздействия

воспитания

информационная

обучения и просвещения:

художественно-репродуктивная

художественно-продуктивная

развлечения

Исследование воздействия СМИ на личность и группу (массы) потребителей осуществляется:

- социологией;
- психологией ;
- социальной педагогикой.

Педагогика средств массовой информации включает теорию и практику исследования и использования педагогических (воспитательных) возможностей СМИ, для обеспечения направленного влияния на человека, группу (определенную группу населения).

Теории, исследующие механизмы влияния СМИ на личность, группы и их последствия

Теория унифицированных последствий

Теория социального научения

Теория культивирования

Теория социализации

Теория использования и удовлетворения

Теория унифицированных последствий

Люди в современном обществе воспринимают определенные сообщения СМИ одинаково.

Такие сообщения вызывают схожие реакции в определенных условиях и по отношению к определенной аудитории.

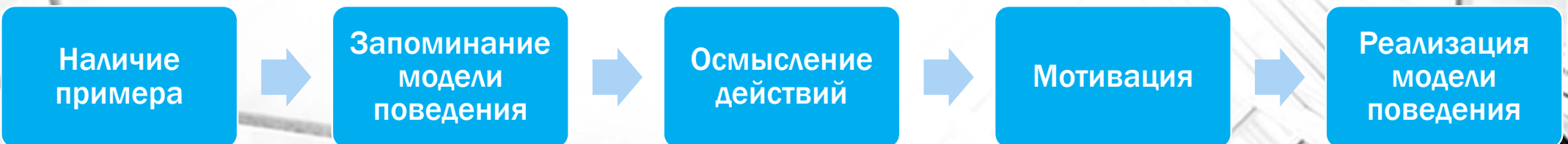
Предрасположенность аудитории (человека) к агрессии может активизироваться при просмотрах определенных программ телевидения.

Теория социального научения (Альберт Бандура и его коллеги)

В основе социального научения лежит утверждение о том, что усвоение модели поведения человека происходит по примеру поведения окружающих. Глядя, как последние ведут себя в той или иной ситуации, он, подражая им, усваивает их опыт.

СМИ, демонстрируя примеры, становится источником научения.

Для того чтобы происходило социальное научение человека, необходимо:



Теория культивирования (Джордж Гербнер и его коллеги)

СМИ (в первую очередь телевидение) на протяжении продолжительного времени способствует постепенному изменению у аудитории представлений об информируемом явлении, процессе, социальной реальности.

Такое влияние СМИ способствует формированию (культивирует формирование) у общества определенных позиций, взглядов в соответствии с информацией, созданной на телеэкране.

Теория социализации (теория социального развития)

Благодаря продолжительному воздействию СМИ на аудиторию, они становятся источником знаний о мире.

Ориентация телевидения на детскую и молодежную аудиторию с использованием методов, приемов и средств, ориентированных на их психологию (развлекательные программы, элементы состязательности, новизны, азарта), способствует наибольшему влиянию на них.

Теория использования и удовлетворения

Так как психология пользователя СМИ такова, что он обращается к тем из них, которые удовлетворяют его интересы, потребности, желания, то постановщики программ стараются создавать продукт, который максимально захватывал зрителя сюжетом, содержанием, формой подачи информации, заставляли его переживать, вызывать потребность быть больше во взаимодействии.

Таким образом, формируется аудитория, на которую ориентируется канал СМИ.

Последствия воздействия СМИ

поведенческие

установочные

когнитивные

отражающиеся на отношении человека к реальной
жизни, окружающим людям

психологические

физиологические

Влияние СМИ

Положительное

- развитие личности;
- положительная мотивация;
- повышение культурного уровня;

Отрицательное

- деформация личности;
- зависимость;
- «клиповое» мышление;
- агрессия;

Педагогически целенаправленное использование возможностей СМИ

позволяет формировать у растущего человека информационно - педагогическую культуру — один из показателей его воспитанности.

Она проявляется в его отношении к различным видам СМИ, их содержанию, качеству, объему информации, а также к их целесообразному использованию в самообразовании и самовоспитании.

Информационная культура

формируется прежде всего в семье с раннего возраста ребенка.

Именно родители способствуют оптимизации информационных контактов растущего ребенка, управляют процессом формирования у него информационных потребностей, информационной культуры.

От родителей в большей степени зависит положительное или отрицательное влияние будут оказывать СМИ на ребенка.